



ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Новейшие средства массовой информации



Государственный департамент США / Бюро международных информационных программ

МАРТ 2006 ГОДА

ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ



| | |
|---------------------------|--|
| Редактор | Вирджиния Л. Фаррис |
| Ответственный редактор | Шарлин Портер |
| Редакторы | Дженифер Бокнер Кара Брейсинджер Робин Костен-Сайкс Айлин Кейн Синтия Лакови Шерил Пеллерин Джерри Уильямс |
| Помощник редактора | Розали Таргонски |
| Специалисты по источникам | Линн Шайб Джоан Р. Тейлор |
| Графическое оформление | Тим Браун |
| Поиск фотографий | Мэгги Джонсон Сликер |
| <hr/> | |
| Редактор русского издания | Лидия Воронина |
| Главный редактор | Джордж Клэк |
| Исполнительный редактор | Ричард У. Хаккаби |
| Директор | Кристиан Ларсон |
| Помощник директора | Кло Д. Эллис |
| <hr/> | |
| Редколлегия | Александр К. Фельдман Джереми Ф. Кертин Кэтлин Р. Дейвис Кара Галлес |

На обложке: все фотографии AP/WWP

Бюро международных информационных программ Государственного департамента США издает пять электронных журналов под логотипом «Э-Журнал США» — «Экономические перспективы», «Глобальные проблемы», «Вопросы демократии», «Внешняя политика» и «Общество и ценности».

Новый журнал издается ежемесячно на английском языке, а через несколько недель выходит в переводах на испанский, португальский, русский и французский языки. Отдельные номера публикуются также на арабском и китайском языках. Каждый из журналов имеет выходные данные: том, соответствующий числу лет от начала издания, и номер, соответствующий очередному номеру журнала, издаваемого в текущем году.

Мнения, высказываемые в этих журналах, не обязательно отражают взгляды или политику правительства США. Государственный департамент США не несет ответственности за содержание сайтов Интернета, на которые есть ссылки в журналах, или доступ к таким сайтам; эту ответственность несут их издатели. Журнальные статьи, фотографии и иллюстрации можно воспроизводить и переводить за пределами Соединенных Штатов, если материалы не сопровождаются четким указанием на ограничения, налагаемые авторским правом. В последнем случае необходимо получить разрешение у владельцев авторских прав, упомянутых в журнале.

Текущие или предыдущие номера журналов, а также анонс будущих журналов можно найти в нескольких электронных форматах на странице Бюро международных информационных программ в Интернете «<http://usinfo.state.gov/journals/journals.htm>». Комментарии и замечания направляйте в посольство США в вашей стране или в редакцию по адресу:

Editor, *eJournal USA*
IP/T/GIC
U.S. Department of State
301 4th Street SW
Washington, DC 20547
United States of America

Электронный адрес: ejglobal@state.gov

Об этом выпуске

Новейшие коммуникационные технологии перенесли мир в эпоху средств массовой информации (СМИ), которые можно назвать подлинно демократическими, когда людям доступны новости и информация, не ограниченные традиционными пространственно-временными барьерами. Инновации порождают новые медиа-форматы с новыми моделями распространения, потребления и использования информации. Существовавшая до сих пор грань между аудиторией и медиа стирается, поскольку граждане получают доступ к электронным платформам, с которых они могут выражать собственные идеи и мнения в обход медиа-корпораций и правительств, издавна опосредовавших получение информации.

Традиционные средства массовой информации — газеты, радио и телевидение — стараются адаптироваться к новым условиям, а потребители СМИ тем временем осваивают неизведанные территории в информационном пространстве, создавая совершенно новый тип журналистики — публичную журналистику, то есть журналистику с элементом участия аудитории.

Эксперты и первопроходцы в области стремительно развивающихся информационных технологий делятся на страницах этого журнала своими мыслями, описывая происходящие в

настоящий момент трансформации и рассуждая о возможных перспективах.

Дейл Пескин и Эндрю Начисон из Медиа-центра Американского института прессы предлагают новую модель для описания информационного общества, в котором журналисты и аудитория объединяют свои усилия, — «мы-СМИ». Пионер блоггинга Дэн Гилмор рассказывает, как новая форма журналистики влияет на общественные события. Ветеран телевидения Джефф Гралник обращается к самой последней новинке. Дэниел Ларкин объясняет, как Центр рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете, работающий при ФБР, поддерживает иски о мошенничестве и других новых электронных преступлениях, которые появляются с такой же скоростью

в режиме онлайн, с какой развиваются новые информационные технологии.

Эти и другие эксперты делятся своими мыслями в новом выпуске Электронного журнала Госдепартамента США «Новейшие средства массовой информации».

Фотомонтаж: Распространение Интернета и других электронных инноваций вызвало революцию в средствах массовой информации, которая охватила газеты, телевидение, радио, кино, музыкальную индустрию и библиотеки. (Все фотографии AP/WWP)





НОВЕЙШИЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДЕПАРТАМЕНТ США / МАРТ 2006 ГОДА / ТОМ 11 / НОМЕР 2

<http://usinfo.state.gov/pub/ejournalusa.html>

4 Новейшие СМИ меняют глобальное общество

Дейл Пескин, содиректор, и Эндрю Начисон, директор Медиа-центра при Американском институте прессы

Новые технологии создают новые СМИ, которые, меняя способы распространения и потребления информации, радикальным образом преобразуют использование информации обществом.

7 Газеты воссоздают себя

Брайан Л. Стеффенс, директор-распорядитель Национальной ассоциации газет

Местные газеты создают мультимедийные платформы для распространения своей продукции, пытаются привлечь молодых читателей и аудиторию Интернета.

11 Как небольшие местные газеты приспособляются к новой технологии

Новая технология позволяет газетам преобразовать содержание, способы печати и доставки, которые проносят им ощутимую пользу.

12 Радио- и телевидение переходит к работе в режиме онлайн и остается в эфире

Майкл Мерри, профессор университета Пеппердайна Малибу, штат Калифорния, специалист по вопросам телекоммуникаций
Индустрия вещания изменила процесс подготовки и передачи программ, чтобы выжить в условиях изменения рынка.

16 Публичные библиотеки в век Интернета

Морис Дж. Фридман, в прошлом президент Американской библиотечной ассоциации и директор библиотечной системы округа Вестчестер, штат Нью-Йорк

Когда профессиональные библиотекари, оказывая информационные услуги своим клиентам, пользуются Интернетом, они выходят далеко за рамки библиотечных стен.

20 Интернет объединяет культуры

Библиотека Конгресса США начинает смелый международный проект — в Интернете будут помещены уникальные произведения, имеющие огромное художественное, историческое и литературное значение.

21 Читатели делают газету своей

Интервью с Лексом Александером, координатором публичной журналистики в городе Гринсборо, Северная Каролина, «Ньюс энд рекорд»

Местная газета создала в режиме онлайн форум «Городская площадь», предоставив, таким образом, жителям возможность для большей интерактивности, более непосредственного их присутствия и участия в подготовке информационных материалов.

25 Ноутбук за 100 долларов

Проект «Каждому ребенку по ноутбуку» позволит обеспечить компьютерами большее число подростков в бедных странах.

26 Первые шаги блоггеров в коммуникационной индустрии

Дэн Гиллмор, учредитель «Грассрутс медиа инкорпорейтед», автор книги «Мы-медиа: публичная журналистика — создано народом и для народа»

Блоггинг — это способ устанавливать диалог и развивать сотрудничество, иными словами, это способ демократизировать средства массовой информации.

29 Альбомы Онлайн

Фотоблоггеры — их жизнь и идеи.

35 Устанавливая связи с миром

Люди могут развивать отношения с другими людьми, которые живут далеко от них — в другом городе, другой стране, на другом континенте, разделяя с ними свои интересы или обмениваясь опытом. Описываются три Интернет-проекта.

Электронная энциклопедия «Википедия» приобретает большую популярность, размещая материалы не только на английском, но и на других языках.

Native Youth Magazine.com позволяет разрозненным индейским общинам в Соединенных Штатах и Канаде делиться информацией о культурных событиях и сохранять язык для грядущего поколения.

«Молодежное радио» позволяет подросткам, увлекающимся медиа-продукцией, создавать собственные программы.

38 Интернет2 — создание Интернета завтрашнего дня

Хидер Бойлес, директор проекта «Интернет2», посвященного международным отношениям. Более 200 университетов сотрудничают с информационной индустрией и правительством над разработкой и внедрением новых программ и передовых технологий для ускорения создания Интернета следующего поколения.

41 Борьба с преступностью в Интернете

Дэниел Ларкин, руководитель подразделения Центра рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете — мошенничество, подлоги, кражи идентификационных данных личности, совершаемые в режиме онлайн.

45 Что надлежит знать каждому пользователю Интернета

Известная американская группа защиты прав потребителей предлагает советы, как избежать мошенничества и жульничества в Интернете.

46 Будущее уже наступило

Джефф Гралник, профессор факультета журналистики Колумбийского университета, консультант «Эн-би-си ньюс» по вопросам Интернета и новым медиа-технологиям. Быстро расширяющиеся возможности беспроводных коммуникационных устройств сделают их новейшей платформой для любых форм видео — игр, новостей и развлечений.

49 Библиография

Дополнительная литература по новейшим СМИ

51 Ресурсы Интернета

Онлайновые ресурсы.



ВИДЕОБЛОГИ В ИНТЕРНЕТЕ

В видео «Семья» Майкл Макинти рассказывает о своей жизни и своем отце, демонстрируя, насколько важно для человека знать историю своей семьи. Этот фрагмент взят с сайта видеоблогов *Зарисовки из Миннесоты* [<http://mnstories.com>], где посетителей приглашают поделиться с виртуальной аудиторией рассказами о своей жизни. Эти «постоянно меняющиеся видео-биографии — продукт местных общественных СМИ». Используется с разрешения.

<http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0306/ijge/ijge0306.htm>



Новейшие СМИ меняют глобальное общество

Дейл Пескин и Эндрю Начисон

Отношения между традиционными средствами массовой информации и гражданами меняются, пишут эксперты в вопросах современных коммуникаций. В результате возникают новые явления, которые они называют «мы-СМИ». Эти трансформации в журналистике позволяют выпускать, анализировать и распространять новости и информацию через социальную сеть Интернета в человеческих сообществах, которые географически могут отстоять далеко друг от друга, но технологически оказываются тесно связаны.

Фотомонтаж: Информационные технологии позволяют людям взаимодействовать друг с другом, как никогда прежде, в рамках процессов, охватывающих целые поколения и культуры. Участники этих процессов революционных преобразований, которые стали возможны в результате появления «мы-СМИ», пользуются сотовыми телефонами, чтобы записывать и распространять фотографии и видео, прибегают к мощным поисковым системам для получения информации, адаптированной к их конкретным потребностям, играют в хитроумные игры, установив сетевую связь с другими игроками, смотрят спутниковые каналы — такие, как «Аль-Джазира», которые способны достичь глобальной аудитории. От дошкольного учреждения до колледжа новые технологии — это инструменты базового образования, каналы доступа к неограниченной информации и возможность осваивать навыки будущего. (Все фотографии AP/WWP)

Дейл Пескин и Эндрю Начисон — содиректор и директор Медиа-центра Американского института прессы в Рестоне (штат Вирджиния). Центр представляет собой некоммерческую информационно-аналитическую организацию, которая ставит своей целью способствовать формированию более осведомленного общества во взаимосвязанном мире.

Инновации в информационных технологиях перенесли мир в эпоху демократических СМИ, когда почти каждый человек может немедленно получить доступ к новостям и информации и стать создателем и участником того или иного журналистского замысла. В результате новости теперь распространяются нетрадиционными способами с непредсказуемыми последствиями.

Как влияют цифровые СМИ на наши знания и способы их получения? Как ведут себя авторы и хранители историй, когда журналистом, издателем или архивариусом может стать любой? Каковы последствия для нашего глобального общества?

Все эти смыслы включает понятие «мы-СМИ», которое Медиа-центр изобрел четыре года назад для описания зарождающегося феномена глобального доступа к содержанию информации из бесконечного множества источников, содержанию, которое предполагает участие граждан в создании новостей и информации, оказывающих влияние на общество.

Одно из проявлений — поисковая система *Google*. Ее миссия состоит ни больше, ни меньше в том, как организовать мировую информацию, то есть дать возможность людям упорядочить мир, в котором они живут. Люди получают возможность искать, находить информацию, которая отражает их личные предпочтения, и действовать соответствующим образом. Личный доступ к новостям и информации больше не определяется влиятельными институтами, наделенными властью или богатством, чтобы доминировать в сфере распространения.

Еще одно проявление — блоги. Эти виртуальные дневники позволяют формулировать идеи и соединять людей по всему миру. Такие сайты, как *Global Voices* [<http://www.globalvoicesonline.org>], собирают истории и мнения рядовых граждан, которые рассказывают от первого лица об уникальных ситуациях, сохраняя самобытность своей культуры. Их сила столь убедительна, что в Интернете созданы такие сайты, как <http://www.technorati.com>, для отслеживания более 25 миллионов блогов — и это только около четверть электронных журналов в «блогосфере».

Третье проявление — развитие международных спутниковых каналов. Демократизация средств массовой информации открыла эфирные волны для культур повсюду. Используя недорогие цифровые технологии и спутниковое распространение, более 70 международных каналов пересекают границы, неся во все концы планеты новости для самых разных людей и с самых разных точек зрения. Финансируемая правительством компания Би-би-си создала Британскую империю нового типа с сотнями каналов и сайтов, охватывающих 100 млн. человек по всему миру и переводимых на 43 языка. «Аль-Джазира» отстаивает свободу массовой информации и влияет на арабскую мысль в нестабильном и бурном регионе. Стремясь расширить свое влияние, «Аль-Джазира» начнет в 2006 году передавать новости круглосуточно на английском языке.

Словосочетание «мы-СМИ» также охватывает пов-

семестное распространение личных информационных устройств, стимулирующих самое мощное средство связи — устное слово. В конце 2005 года более 2 млрд. человек — почти треть населения Земли — имели сотовые телефоны. Каждый год в мире продается почти 800 млн. новых сотовых телефонов. По оценке, к 2008 году 600 млн. человек смогут запечатлеть события хитроумными цифровыми камерами, многие из которых будут встроены в сотовые телефоны. С помощью этих устройств формируется «поколение глобального контента», поколение, которое имеет беспрецедентную возможность создавать содержание передаваемого, производить информацию, обмениваться ею и участвовать в реальных событиях в реальном времени, в тот момент, когда они происходят. Глобальные сети позволяют людям размещать новости, мысли, идеи и изображения где угодно и когда угодно.

И так проявляется самая существенная особенность «мы-СМИ» — участие.

Каждый причастен к сюжету. Каждый оказывает влияние.

«Мы-СМИ» отражают кардинальные изменения в отношениях между традиционными звеньями в цепочке шагов, ведущих к опубликованию информационных материалов. «Мы-СМИ» — это совершенно новое явление в индустрии новостей. Ни редакционный надзор, ни журналистский график практически не определяют решений в отношении публикаций. Вместо этого они являются результатом многих одновременно распространяемых разговоров, которые либо расцветают, либо быстро иссыкают в социальной сети Интернета.

Гражданин или группа граждан, принимающих участие в процессе сбора, передачи, анализа и распространения новостей и информации, соперничают с редакциями и работающими в них журналистами. Но намерение и у тех, и у других остается одним и тем же: предоставление независимой, достоверной, точной, разнообразной и актуальной информации, которой требует демократия.

Некогда находившиеся на обочине традиционной журналистики, «мы-СМИ» стали феноменом, который нельзя игнорировать. В этот процесс вовлекаются

Фотомонтаж: Хотя доступ граждан к информационным ресурсам осуществляется через такие коммуникационные гиганты, как *Yahoo!*, *MSN* и *Google*, разнообразие средств массовой информации в современном обществе не позволяет какому-либо отдельному институту контролировать поток новостей и идей.
(Все фотографии AP/WWP)



сообщества, предприятия, государственные учреждения, аналитики, независимо работающие журналисты, обозреватели, факультеты журналистики и даже сами новостные организации. Проекты разрослись по всем основным СМИ. Но все они происходят из единого истока — уникального опыта сайта *Oh My News* [<http://english.ohmynews.com/>] в Южной Корее, который объединил десятки тысяч граждан-репортеров в технически продвинутой стране, где в политическом дискурсе часто доминирует одна проблема. Через три года после его запуска *Oh My News* ставят в заслугу свержение правительства и подрыв власти корейских медиа-баронов.

Древняя журналистская профессия переживает редкий исторический момент, когда впервые ее гегемонии в доступе к новостям угрожают новые технологии и конкуренты, а также сама аудитория, которую она обслуживает.

Эти тенденции породили серьезные дебаты о ключевых ценностях журналистики. Безусловно, журналистика сейчас по-новому определяет свою роль, приспосабливаясь к разрушительным силам. Центральное место в дебатах занимают важнейшие вопросы — контроль, достоверность и рентабельность.

Может ли каждый гражданин быть репортером? Многие традиционные журналисты отвергают самодеятельных журналистов, особенно блоггеров, характеризуя их как заинтересованных только в самих себе, неумелых любителей, которые не следуют профессиональным стандартам проверки фактов, беспристрастности, взвешенности и объективности. И, наоборот, многие блоггеры смотрят на основные СМИ как на высокомерный эксклюзивный клуб, который ставит свой собственный интерес и экономическое выживание превыше ответственности свободной прессы перед обществом.

Чего не понимает большинство традиционных журналистов, так это того, что, несмотря на отсутствие квалификации или журналистской подготовки у участника процесса, редакторским механизмом служит сам Интернет. Разница в том, что мнение редакции высказывается на полях, часто постфактум, а не заранее. В этой информационной экосистеме граждане полагаются друг на друга при передаче, распространении и исправлении излагаемого материала. Материал больше не ограничен сроками или графиками распространения. Вместо этого он органичен, проходит через многочисленные медиатрансформации, меняясь на ходу. Материал не принадлежит никому, кроме аудитории.

Гибкость этого подхода делает больший упор на публикацию информации, чем на отсев. Разговоры происходят в сообществе у всех на виду. Напротив, тради-

ционные СМИ настроены на отбор информации до ее публикации. Редакторы и репортеры сотрудничают, но дебаты не открыты для общественного контроля или участия.

Наиболее очевидными различиями между самостоятельной и традиционной журналистикой являются структуры и организации, в рамках которых они существуют. Традиционные СМИ создаются иерархическими организациями, построенными на коммерческой основе. Их бизнес-модели ориентированы на прибыль, получаемую от рекламы. Они ценят жесткий график, рентабельность и честность. Сетевые сообщества, которые ценят диалог, сотрудничество и равенство выше прибыли, создают самостоятельную журналистику. Она не показывает признаков того, что ей требуется прошедший классическую подготовку журналист в роли ведущего или посредника. Многие блоги, форумы и виртуальные сообщества эффективно функционируют без такового.

Некоторые считают, что подрыв традиционных схем потребления и распространения информации, совершенный цифровыми СМИ, является несколько более серьезным явлением, чем просто экономическое потрясение, порождающее краткосрочную панику в информационных компаниях и создающее новые деловые возможности для следующего поколения коммуникационных гигантов. По этому сценарию, на смену местным газетам, телевидению, радио и издателям журналов в качестве главных хранителей информации приходят такие компании, как *Google*, *MSN* и *Yahoo!*

Но тезис о доминировании в обществе, где царствуют коммуникации, устаревает. Люди обладают беспрецедентной властью над тем, как и когда они получают доступ к информации и с кем они ею делятся. В этом смысле цифровые СМИ по сути своей подрывают интересы любого института, основанного на власти и контроле. Наши знания, информация, которую мы можем получать, некогда зависели от того, где мы живем. В современном обществе, где глобальные кочевники хорошо связаны друг с другом, наш социальный капитал может расти через огромные личные электронные сети, охватывающие весь земной шар.

«Мы-СМИ» — это сила, которая вскоре превзойдет влияние институтов, контролирующих новости и информацию. Она предлагает возродить в наших медиа подлинный голос личности, существующей в условиях своей самобытной культуры.

Мнения, высказываемые в этой статье, не обязательно отражают точку зрения или политику правительства США.



Газеты воссоздают себя

Брайан Л. Стеффенс

Как большие, так и маленькие газеты всегда должны были приспосабливаться к изменению технологических и рыночных условий. Местные городские, районные и сельские газеты процветают в новый информационный век, который позволяет им как никогда ранее подробно освещать местные события и с беспрецедентной скоростью доводить их до сведения читателя.

Брайан Л. Стеффенс — профессор факультета журналистики Миссурийского университета и директор-распорядитель американской Национальной ассоциации газет. Основанная в 1885 году, эта организация является старейшей и крупнейшей в Америке ассоциацией, представляющей 2 600 местных газет.

Фотомонтаж: Традиционные печатные газеты все еще являются для читателей дешевым, доступным и всеобъемлющим источником новостей. Интернет предоставил газетам — даже еженедельным местным газетам — возможность круглосуточно и семь дней в неделю сообщать самые последние новости на своих веб-сайтах, предлагая читателям больше материалов и фотографий, чем содержится в самой газете. (Все фотографии AP/WWP)

В XXI веке газеты стали своего рода хамелеонами, приспосабливающимися к быстро меняющимся окружающим условиям. Правда, газеты всегда вели себя аналогичным образом: они переходили от использования листовых печатных машин к применению ротационных печатных машин, от строкоотливных машин «линотипов» к настольному издательскому процессу, от черно-белого изображения к цветному изображению, а в настоящее время осуществляют переход от бумажных средств к электронным средствам.

Газеты представляют собой исключительно ценные и полезные источники информации, и будут оставаться таковыми еще в течение долгого времени, пока они переходят к новым формам подачи и распространения материалов. Газеты по-прежнему остаются единственным средством массовой информации, которое, в первую очередь посвящено новостям, т.е. информации, обычно поддающейся проверке, а также отличающейся точностью, беспристрастностью и стремлением докопаться до истины.

Радио представляет собой средство массовой информации, для которого в основном характерны музыкальный и разговорный жанры. На телевидении

господствующее положение занимают развлекательные программы. Интернет является в основном средством поиска информации, предоставляющим доступ к широкому диапазону источников, при этом качество самой информации — достоверности содержания — не гарантировано.

Небольшие городские и сельские газеты предлагают нечто такое, что особенно ценят читатели, а именно местные новости.

Телевизионные станции и издающиеся в больших городах крупные ежедневные газеты обслуживают региональные аудитории больших городов, пригородов и сельских районов, общее население которых составляет миллионы человек. Каналы кабельного телевидения и Интернет обслуживают общенациональные и международные аудитории. В этих средствах массовой информации нет ни персонала, ни времени, ни места для того, чтобы постоянно и последовательно заниматься освещением местных новостей, которые интересны людям, проживающим в каком-либо одном конкретном городском или сельском районе. Крупные газеты занимаются освещением крупных событий и важных спорных вопросов, но не рассказывают о повседневной жизни, которая является основной темой газет городских и сельских общин. Такие газеты пишут о работе местных органов самоуправления, школах, местной системе здравоохранения и медицинских ресурсах, спортивных мероприятиях, а также помещают информацию о светской жизни, встречах друзей, мероприятиях в местных клубах и церквях.

Это объясняет, почему сокращается число ежедневных американских газет и их подписчиков, в то время как число не выходящих каждый день газет городских районов и сельских общин возросло с 5500 до более чем 7000. Число читателей неежедневных газет почти утроилось и в настоящее время приближается к 70 миллионам в неделю.

Новые технологии ставят перед традиционным газетным бизнесом новые сложные задачи — необходимость быстро приобретать новые знания и осваивать новые, часто не опробованные модели ведения газетного дела. Однако в то же время новые технологии раскрывают перед местными газетами новые возможности для развития своего бизнеса.

Местные газеты способны конкурировать с местными радиостанциями

Местные еженедельные газеты больше не проигрывают местным радиостанциям в освещении новостей или спортивных мероприятий.

До появления Интернета сообщения о состоявшемся в четверг заседании органа местного самоуправления или школьного совета или же о состоявшихся в пятницу вечером школьных спортивных состязаниях в игровых видах спорта не появлялись в газетах раньше следующей недели. Наличие Интернета позволяет еженедельным газетам небольших городов, городских районов и сельских

общин на равных соперничать с ежедневными газетами, радио и телевидением в освещении последних новостей и спортивных событий.

Однако даже Интернет уже устаревает. Теперь моя местная газета посылает мне сообщения о последних новостях, а также спортивных состязаниях и счете в играх по ходу дела, передавая текстовые сообщения на мой сотовый телефон. Когда тренер местной команды неожиданно ушел с работы, я узнал об этом одним из первых. Мне страшно хотелось узнать подробности, и я воспользовался компьютером, чтобы посмотреть веб-сайт этой газеты — я был в другом штате, в котором невозможно было достать ее печатное издание. Возвратясь домой, я с нетерпением ждал следующего номера, чтобы узнать, как дальше развивались события, связанные с уходом тренера, и почитать интервью, напечатанными по данному поводу. Американцы не везде носят с собой газеты или компьютеры, но сотовые телефоны всегда с ними. В настоящее время газеты могут практически в любое время и в любом месте иметь доступ к своему читателю.

Газеты больше не проигрывают телевидению в цвете, видео и фотографии. Городские, районные и сельские газеты могут использовать в сообщениях о местных событиях больше визуальных элементов, чем региональные телевизионные станции. Телевизионная станция может передать пятисекундный видеосюжет о состоявшейся в пятницу вечером игре между командами двух средних школ, но на веб-сайте местной газеты можно разместить неограниченное число цветных фотографий или видеосюжетов о спортивных играх всех районных средних школ и местных спортивных лиг.

Более того, небольшие местные газеты на собственном опыте убедились в том, что, отправляя на свои веб-сайты больше фотографий, они получают больше запросов на получение копий, обеспечивая себе тем самым больший доход. Если раньше газета опубликовывала одну фотографию по тому или иному спортивному мероприятию, на которой все узнавали Джонни, его родители и родственники могли купить две-три. Однако когда фотографии Джонни и всех игроков его команды появлялись на веб-сайте, экспоненциально росла возможность того, что его родственники и родственники игроков его команды купят больше фотографий.

Газеты привлекают большее число рекламодателей, расширяя свою традиционную аудиторию читателей, которая получает печатные экземпляры, новой, постоянно растущей аудиторией своих веб-сайтов и текстовых сообщений. В настоящее время большинство веб-сайтов упомянутых газет или их электронных изданий считаются рентабельными, в то время как печатные продукты по-прежнему приносят прибыль, средний уровень которой составляет около 20 процентов. Это — наиболее наглядный положительный пример применения новых технологий.

Новые технологии оказывают и общее благоприятное воздействие на газетное дело. Печатное издание общенациональной американской газеты «Крисчен сайенс монитор» обходится вдвое дороже ее электрон-

ного издания. Существует мнение о том, что чем больше продается печатных изданий, тем больше доходов это приносит компании и тем большую прибыль она получает. Иными словами, чем больше доходов от продаж, тем больше итоговая прибыль.

ЗАБАУЖДЕНИЕ. Печатный продукт приносит больше доходов, но печатный продукт и стоит дороже, его производство и распространение обходится дороже. Прибыль от продажи каждого печатного издания составила лишь половину прибыли от производства и распространения той или иной электронной продукции. Без необходимости иметь больше газетной бумаги, больше типографской краски и дорогих каналов распространения электронное издание можно было продавать дешевле и при этом получать большую прибыль.

На собственном опыте газеты убеждаются в том, что электронное распространение представляет собой жизнеспособную альтернативу традиционным изданиям, особенно применительно к распространению за пределами основных районов сбыта. Газеты, посылаемые находящимся на отдыхе читателям, уехавшим пенсионерам или тем, кто перебрался в новое место, но хочет быть в курсе новостей о родственниках и друзьях, оставшихся на старом месте, часто приходят с опозданием на несколько недель и в поврежденном состоянии.

Цифровые издания доставляются в тот же день без всяких повреждений. Сообщения о рождениях и смертях, а также новости о местной спортивной знаменитости становятся доступными друзьям, членам семьи, отдыхающим и пенсионерам — всем — и тем, кто близко, и тем, кто далеко, и поступают вовремя. И вы можете также вовремя послать поздравления или выразить соболезнования.

Так или иначе, новые технологии помогают новым компаниям улучшать обслуживание клиентов и сокращать издержки. В течение предстоящих десятилетий миллионы американцев будут по-прежнему ценить невысокую стоимость, доступность (не нужно покупать компьютер) и легкость в обращении (не нужно приобретать шнур питания или батарейки) печатного издания газеты. Однако будут и такие, кто ценит скорость передачи или обновления сообщения (сотовые телефоны) и большую глубину и более широкий контекст (Интернет), чем может обеспечить печатное издание газеты.

Если человек совершает пробежку, он не может читать газету, но может слушать новостной подкаст — последние известия, записываемые на *iPod*. Если человек едет в поезде или автобусе, в котором нет розетки, ему

нужны или печатное издание, или хорошая батарейка для портативного компьютера. Если человек находится где-то в глуши, там может не быть беспроводного доступа к портативному компьютеру, а сигнал для сотового телефона может быть очень слабым. Газеты должны быть там, где находится читатель, и новости должны

доставляться тем способом, который удобен для читателя, независимо от того, где он и чем занимается в данный момент.

В ближайшее время орудиями доставки новостей будут бумага, компьютеры, сотовые телефоны и *iPod*-ы. В будущем может появиться еще больше способов передачи информацией.

У газет, которые могут схватить пульс событий и передать новости туда, где находится читатель, и таким образом, каким ему нужно, долгое и процветающее будущее.

Связи, сплывающие людей

Одной из популярных тем в средствах массовой информации является приобщение граждан к активному участию в жизни гражданского общества. Газеты экспериментируют с пространственными письмами, направляемыми в режиме онлайн их редакторам, местными и личными блогами, онлайн-новыми дискуссиями, и различными форматами, в которых публикуются предлагаемые гражданами материалы.

Некоторые считают, что местные газеты никогда не теряли связи с населением, что дело не в новой технологии. В небольших городах читатели всегда имели и продолжают иметь доступ к редакторам, репортерам и даже к издателям местной газеты. Эти читатели беседуют с упомянутыми редакторами, репортерами и издателями на рынке, встречая их в клубе, церкви и парикмахерской. В маленьких городах дистанция между читателем и газетой гораздо меньше, чем в больших городах или метрополиях.

Пожалуй, одним из непредвиденных положительных последствий новых технологий для небольших газет явилось расширение существовавшей до недавнего времени сети корреспондентов. Местные газеты всегда сталкивались со сложной задачей нехватки служебного персонала, репортеров и фотографов, что не позволяло им бывать на всех мероприятиях сразу — на заседаниях



Фото: MyMissourian.com публикует в режиме онлайн статьи и фотографии людей, проживающих в г. Колумбия, шт. Миссури. Лучшие из этих материалов печатаются в еженедельном издании газеты Колумбия Миссуриэн. (С разрешения MyMissourian.com)

школьного совета и муниципального органа, спортивных соревнованиях и церковных праздниках. Ведь часто все они проводятся в один и тот же вечер.

Эти маленькие газеты всегда полагались на волонтеров, работающих неполный рабочий день или время от времени. Они поставляли информацию о собраниях, заседаниях и других мероприятиях, на которых не могли побывать штатные сотрудники редакции, или же давали материал для освещения тем, представляющих интерес для местной аудитории. Беспроводные портативные компьютеры и цифровые фотокамеры позволили практически всем жителям небольших городов стать репортерами и фотографами, работающими для своей местной газеты.

Это укрепило не только связь населения со своими местными газетами, но и связи между людьми в небольших городах.

Многие американские газеты, заполняют свои номера материалами, которые направляют им местные жители. В г. Колумбия, шт. Миссури, *MyMissourian.com* [<http://www.MyMissourian.com>] представляет собой собрание очерков, комментариев и фотографий, авторами которых являются читатели и которые публикуются режиме онлайн под эгидой местной газетой. *MyMissourian.com* не подменяет собой этой газеты или ее веб-сайт, а дополняет ее. *MyMissourian.com* содержит новости и информацию, которые ни по характеру, ни по объему

не соответствуют новостям и статьям, публикуемым в газете и на ее веб-сайте.

На *MyMissourian.com* помещается очень много фотографий новорожденных и выпускников колледжей, присланных их гордыми родителями и дедушками и бабушками, неофициальных встреч, имевших место в вышеупомянутом городе, и даже выращенных в этой местности овощей, побивших рекорды, а также любимых домашних животных. На *MyMissourian.com* появляются очерки о людях, мемуары, сообщения о собраниях и мероприятиях, на которых не смогли присутствовать репортеры, заметки о церковных и школьных комитетах, которые часто не освещаются в какой-либо из газет, местные кулинарные рецепты и комментарии и письма редактору.

В еженедельном печатном издании *MyMissourian.com* дается подборка лучших из таких материалов — новости об одном соседе, написанные другим соседом.

Технология — замечательная вещь, и те, кто применяют ее раньше других, раньше пожинают плоды экономического роста. Однако порой технология становится просто еще одним средством, позволяющим людям и коллективами людей делать то, чем они всегда занимались — налаживать связи между собой.

Мнения, высказываемые в этой статье, не обязательно отражают точку зрения или политику правительства США.

Как небольшие местные газеты приспособляются к новой технологии

Новости

- Еженедельные газеты могут функционировать как ежедневные при небольших дополнительных расходах.
- Газета больше не ограничивается 12, 24 или 48 страницами.
- Фотографии и цвет больше не ограничиваются возможностями печатного станка или размерами полос.
- Линки на веб-сайте дают читателям большую глубину и более широкий контекст.
- Поиск материалов, опубликованных в газете или находящихся в архивах. После того, как газеты перевели в цифровую форму свои прошлые номера, их сотрудники и читатели могут по ключевому слову легко найти материалы об истории города или района, причем делать это гораздо быстрее, чем раньше. Многие подобные системы устанавливаются на платной основе — еще один источник доходов. Маленькие газеты продолжают изучать эту модель газетного дела.
- Газеты могут повсеместно и в любое время передавать новости как текстовые сообщения на сотовые телефоны, успешно конкурируя, таким образом, с радио в скорости передачи новостей.

Реклама

- Газеты могут расширять свою аудиторию, охватив читателей своих электронных версий в Интернете и читателей, принимающих текстовые сообщения.
- Предлагаемые газетами услуги могут включать в себя содержащие рекламу видео и аудио сообщения.
- Рекламодатели могут непосредственно рекламировать ту или иную продажу через веб-сайт газеты или ее службу текстовых сообщений, что расширяет возможности рекламы товаров, неожиданно поступивших в продажу, и позволяет не ждать выхода на следующей неделе печатного издания. Если появляется новый продукт или возникает необходимость быстрой продажи избытка какого-либо товара, рекламодателям не нужно ждать выхода печатного издания газеты на следующей неделе, поскольку они могут сразу же рекламировать продажу через веб-сайт газеты или ее службу текстовых сообщений.
- Веб-сайты газет могут быть запрограммированы на показ нового сообщения рекламодателя, каждый раз, когда пользователь повторно нажимает на клавишу веб-сайта данной конкретной газеты.
- Читатели могут активизировать линк какого-либо рекламного объявления в режиме онлайн и получить более подробную информацию о продуктах и связанных с ними услугах.
- Многие купоны на товары по сниженным ценам теперь можно взять с веб-сайтов газет и распечатать на домашнем принтере. На основании данных об использовании веб-сайтов, собранных у читателей, подобные купоны могут быть адресно направлены определенным группам населения.
- Купоны на товары по сниженным ценам можно получать в виде текстовых сообщений на экранах сотового телефона и потом показывать розничным торговцам и рекламодателям. Эти купоны также можно адресно рассылать.
- В отличие от радио, телевидения или печатных изданий, пользователи могут нажимать на соответствующие клавиши и покупать товары через веб-сайты газет.

Производство и доставка

- Газеты можно издавать с любой периодичностью на веб-сайте или в электронном виде, неся при этом ограниченные дополнительные расходы. Ведь в таком случае не надо увеличивать использование печатных машин и расход типографской краски или газетной бумаги.
- Расширение масштабов распространения не требует дополнительного расхода газетной бумаги или типографской краски.
- Можно доставлять электронные издания за пределами основного рынка — даже в масштабах всего мира — в тот же день и без задержки. При этом не пропадает и не рвется ни одна газета, не бывает дополнительных почтовых расходов, и не требуется увеличения числа грузовиков для доставки газет подписчикам.

— Брайан Л. Стеффенс

дитории и моделях бизнеса снова и снова потрясают традиционное вещание.

Старые конкуренты

Несмотря на наличие компакт-дисков, обеспечивающих высокое качество записанной на них музыки, в девяностых годах прошлого века радио неимоверно расцвело после того, как в соответствующие регулирующие положения правительства США были внесены изменения, позволившие многочисленным станциям проведение консолидации и одновременное вещание одних и тех программ в районах больших городов, а также на многих других территориях. Однако это часто приводило к появлению безликих, не наполненных местным содержанием программ.

В 2003 году Федеральная комиссия по связи выдала лицензии 13 460 радиостанциям, что вдвое превышало число лицензированных радиостанций в 1970 году. Соединенные Штаты являются одной из немногих стран в мире, в которой коммерческое радио, насчитывающее в своем арсенале 10 000 станций, занимает господствующее положение. Правительство США финансирует только очень незначительную часть программ Эп-пи-ар.

Телевидение впервые встретило достойного соперника, когда системы коллективного приема или кабельные сети стали использовать сигналы от других станций, а позднее к ним добавились такие специализированные каналы, как Си-эн-эн (Сеть кабельного вещания новостей) и Эм-ти-ви («Музыкальное телевидение»). Небольшие отдельные компании стали объединяться в группы по мере того, как в восьмидесятых годах прошлого столетия кабельное телевидение стало проникать в большие города. Телевизионные станции старались удержать свои аудитории, настаивая на том, что федеральные регулирующие положения требуют, чтобы кабельные сети передавали программы местных станций.

В девяностых годах прошлого века конкуренция усилилась в связи с появлением прямого спутникового вещания — первой телевизионной службы с цифровыми сигналами. Кабельное телевидение также создало службы, использующие цифровые сигналы, увеличив тем самым число каналов с нескольких десятков до сотен.

Постепенно, по мере смягчения правил, регулирующих права собственности, вещательные корпорации успешно конкурировали, приобретая доли в капитале конкурирующих компаний, какое-то число станций или даже сам кабельный канал. В настоящее время, если взять пять самых могущественных медиа-конгломератов в США, то все они владеют каналами кабельного телевидения и создают, по крайней мере, отдельные виды телевизионных программ; четыре из них владеют сетями телевидения и телевизионными станциями, три занимаются кинопроизводством и два владеют сотнями радиостанций. Взаимоотношения между этими и другими ведущими конгломератами

средств массовой информации носят сложный характер, и в них трудно разобраться.

Тем временем, как радио, так и телевидению приходилось иметь дело с аудиториями зрителей, которые могли бы вообще не смотреть и не слушать передачи, а записать их на аудио и видео кассеты, чтобы потом, в удобное для них время, воспроизвести их в записи. На протяжении десятилетий эти методы были слишком неудобными и сложными для того, чтобы стать популярными. Но только пока не появилось *TiVo* (компьютерное устройство для персонального телевидения, производящее цифровую запись видеоизображения) и аналогичные приспособления, которые могут содержать программу всех телепередач, записывать нужную передачу и при этом пропускать рекламы. Так расписание программ стало утрачивать свою исключительную важность, а тенденция к утверждению зрительского контроля над просмотром передач стала усиливаться.

Затем в девяностые годы XX века число домохозяйств, пользовавшихся телевидением, сильно сократилось, возможно, потому, что люди были слишком заняты, чтобы смотреть телевизор. Кроме того, конкуренцию телевидению составили просмотр кинофильмов на *DVD*, Интернет, видеоигры и другие виды новых электронных технологий. По данным Инвестиционного банка «Веронис Шулер», вкладывающего капитал в информационные и электронные технологии, в 2000 году соотношение между временем, проведенным у экрана телевизора, и временем пользования Интернетом, составило 8 к 1, а в 2005 году — лишь 4 к 1.

Интернет определенным образом конкурировал с вещанием, но при этом предоставлял вещательным корпорациям определенные благоприятные возможности. Проведенные научные исследования позволяли предположить, что некоторые люди в одно и то же время пользовались Интернетом и смотрели телевизор. Телевидение могло продвигать на рынок свои передачи посредством сообщения новостей в режиме онлайн и информации о программах. А местная радиостанция, подключившись к Интернету, могла представлять свои программы почти повсеместно в масштабе всего мира. Вещательные корпорации смогли направлять аудиторию на соответствующие веб-сайты для того, чтобы получать более подробную информацию о новостях, но им было гораздо труднее побудить аудиторию Интернета переключиться на новостные программы.

Несмотря на то, что общее число зрителей, смотрящих новости возросло, продюсерам новостей пришлось иметь дело с непостоянной, более разрозненной аудиторией. Си-эн-эн и другие корпорации представляли новости, сообщения о погоде и спортивные обозрения всегда, когда бы зрители ни захотели. Появились несколько региональных сугубо новостных каналов. Местные и сетевые новости расширили круг своих программ, особенно в утреннее время.

Исчезли предельные сроки. Новости все время имелись в наличии и постоянно обновлялись. Репортеры жаловались на то, что им не хватает времени на очерки,

поскольку им постоянно приходилось готовить новые сообщения в прямом эфире. Быстрое распространение круглосуточных новостей и мгновенные сообщения по Интернету оставляли людям, генерирующим новости, политическим деятелям или пи-ар, специалистам по связям с общественностью, мало времени для того, чтобы соответствующим образом реагировать на события или обдумывать их, особенно в условиях, когда новостные каналы «подпитывали» тот или иной кризис интервью, передаваемыми через спутник в прямом эфире. Многие зрители постоянно переключали каналы, перескакивая с новостей на сообщения о погоде, с сообщений о погоде на спортивные обозрения и со спортивных обозрений на развлекательные передачи. По некоторым каналам даже указывалось время, когда будут передаваться те или иные сюжеты с тем, чтобы зрители, имеющих привычку постоянно переключаться на другие каналы, смогли вернуться на эти новостные программы и посмотреть их.

В течение нескольких лет самая популярная новостная передача в США — вечерние последние известия — теряла зрителей, несмотря на все усилия сделать ее особенной, сопроводив ее широким контекстом и более глубокими разъяснениями. В 2005 году три сети потеряли, в связи с уходом на пенсию или смертью, самых известных журналистов, которые вели репортажи с мест событий на протяжении нескольких десятилетий и пользовались самой широкой популярностью.

Тем не менее, вещательные корпорации нашли новую технологию, позволяющую улучшить новостные репортажи. В программах, сообщающих новости, появились новые графические изображения. Это, прежде всего, относится к анимационным рисункам, показывающим направления приближающихся бурь и ураганов. Репортажи в прямом эфире, показываемые через спутник, стали передаваться со всех мест событий — даже с авианосца или из колонны военного автотранспорта, медленно пересекающего пустыню. Впервые рядовые граждане видели войну, которая шла на другом полушарии; им показывали военные действия так, как они разворачивались на самом деле. Кроме того, репортеры, находящиеся в войсках во время последней войны в Ираке, рассказывали о своем личном видении этой войны на блогах Интернета в

дополнение к своим передаваемым в эфир регулярным репортажам. Новости сохранили свою привлекательность для зрителей и стали прибыльными.

В общем и целом, доходы радио (19,3 миллиарда долларов США) и телевидения (44,8 миллиарда долларов США) достигли своего пика в 2000 году, а на следующий год резко упали. Телевидению удалось оправиться, но радио не смогло. Кабельное телевидение продолжало неуклонно расти.

Проблемы радио оказались серьезнее: в период с 1995 по 2005 годы оно потеряло 13 процентов своей аудитории. Сокращение доходов от рекламы — а, следовательно, и стоимости самих радиостанций — привело некоторых групповых собственников к огромным убыткам. Так, например, убытки самой большой радио группы «Клиэр чэннел» составили в 2002 году 17 миллиардов долларов США и в 2005 году 4,9 миллиарда долларов США. В 2004 году «Клиэр чэннел» сократило на 20 процентов время, отводимое для продвижения своих продуктов на рынок и рекламы с тем, чтобы таким образом постараться удержать слушателей, которые, судя по всему, были недовольны слишком большим количеством рекламы. Подобная стратегия позволила увеличить цены и способствовала сокращению продолжительности реклам. В нынешнем году наблюдаются некоторые признаки того, что эта стратегия может быть эффективной. Однако радио все еще сталкивается с другими проблемами, включая расследование по поводу новой взятки, которая уплачивалась наличными или в форме подарков в обмен на трансляцию звукозаписи в эфире. Спутниковое радио продолжает расти в качестве альтернативы коммерческому радио, и усиливается конкуренция со стороны *iPod* и аналогичных цифровых устройств, которые делают музыку доступной, портативной и удобной.

iPod и аналогичные устройства могут сохранять содержание радиопередач, а затем воспроизводить его. Этот процесс, называемый подкастингом, напоминает *TiVo* для радио. Содержание колеблется от радиопередач национальной сети до любительской продукции типа блогов.

Фотомонтаж: Спутниковое радио, интерактивное телевидение и цифровое видео — вот лишь немногие последние изобретения в области технологии вещания. (Все фотографии AP/WWP)



Слушатели уже давно умеют записывать радиопередачи и воспроизводить их с помощью портативных устройств, но никогда еще у аудиторий слушателей не было такого огромного объема содержания, столь широкого разнообразия и столь высокого качества, а также такой полноты контроля над прослушиванием и способности легко манипулировать содержанием.

В течение многих лет телевизионная индустрия с нетерпением ожидает своего следующего шага на пути к повышению качества — появления телевидения повышенной четкости. Теперь оно уже совсем близко, хотя и с опозданием на годы.

Цифровое радиовещание также разрабатывалось в течение многих лет, обещая обеспечить качество на уровне компакт-дисков, а также резко улучшить качество приема. Однако радио индустрия не проявляла должного энтузиазма для того, чтобы осуществить огромные инвестиции, необходимые для столь широкой модернизации. Эта технология дает той или иной радиостанции возможность по-прежнему посылать свой обычный аналоговый сигнал и свои многократные цифровые сигналы.

Новые конкуренты

Пожалуй, телевизионные вещательные компании и корпорации кабельного телевидения вошли бы в XXI век всего с несколькими новинками — телевидения повышенной четкости, новыми каналами и еще парой-тройкой изобретений — если бы не два действительно эпохальных технологических достижения, которые произошли в девяностых годах прошлого столетия — создание доступной широкополосной службы Интернета и разработка сжатого формата видео.

Этими широкополосными службами были цифровая абонентская линия, созданная телефонными компаниями, и кабельные модемы, созданные индустрией кабельного телевидения. Эти службы обеспечили наличие высокоскоростной службы Интернета, доступной для пользования ею у себя дома или на малых предприятиях.

Сжатый цифровой формат видео с помощью цифр описывает каждый бит информации в системе видео, находит избыточную информацию, которую не воспринимают люди, суммирует ее и очищает от того, что не нужно. Возникающий в результате сигнал поступает на компьютерные жесткие диски и даже передается по Интернету. Десятки этих сжатых сигналов вмещаются в электронные каналы, которые ранее справлялись только с одним аналоговым видеосигналом. При наличии более мощного запоминающего устройства, системы большей производительности и ее большей пропускной способности, настольные компьютеры легко могут воспроизводить и даже редактировать видеоизображение, намного снижая барьеры вхождения на рынок для небольших, независимых производителей видео продукции.

Сжатый цифровой формат видео сделал возможными новые стандарты цифрового телевидения, одобренные федеральным правительством. Эти стандарты требуют от телевизионных станций перехода к 2009 году с аналоговых каналов вещания и сигналов на цифровые. После многих лет нежелания осуществлять инвестиции с целью упомянутого перехода большинство станций, в конечном счете, перешли к вещанию в одном новом цифровом стандарте или более чем в одном новом цифровом стандарте, часто включая телевидение повышенной четкости. Цифровые телевизоры сделали более доступными по средствам, и потребители, наконец, стали покупать их. Большие экраны телевидения повышенной четкости могли бы даже вновь собирать в гостиной у телевизора всех членов семьи. Это не относится к тем, кто смотрит телевизор в одиночку. Для таких людей экран становится более компактным и мобильным, или наоборот, увеличивается в размерах, в зависимости от индивидуального вкуса.

Стремясь оставаться конкурентоспособными, сети предложили программы для прайм-тайм по цене 1,99 долларов за каждую, когда корпорация «Эппл компьютер» создала новый *iPod*, который может показывать видео. Наблюдаются первые признаки того, что этот шаг может способствовать повышению рейтингов.

Тем не менее, новые медиа угрожают будущему прибыльной традиционной модели телевизионной рекламы. Двумя альтернативными методами финансирования являются взимание платы за каждую отдельную программу и подписку. Любой может разместить видеопрограммы в поисковой системе *Google* для бесплатного распространения или продажи. Сетевые программы с оплатой за каждый просмотр также имеются на кабельном и прямом спутниковом телевидении. Эти программы во многом напоминают систему, при которой взимается плата за каждый просмотр фильма. В настоящее время производящие компании, писатели, актеры, сети и т.д. обсуждают вопрос о том, как следует распределять эти доходы.

Вещающие корпорации могут ожидать появления большего числа конкурентов как мелких, так и крупных по мере того, как Интернет предлагает все больше видео. Телекоммуникационные компании и компании информационных технологий уже разворачивают *IPTV* (Интернет-телевидение). Кто знает, какое новое Интернет-видео будет поступать от новых компаний и молодых независимых продюсеров? Однако будьте уверены в том, что большинство традиционных вещательных компаний, имеющих значительные ресурсы и опыт, а также умеют выживать и добиваться успеха, вступят в жестокую борьбу.

Мнения, высказываемые в этой статье, не обязательно отражают точку зрения или политику правительства США.



Публичные библиотеки в век Интернета

Морис Дж. (Митч) Фридман

Публичные библиотеки и библиотекари, которые там работают, по-прежнему являются основными инструментами, которые используют люди, чтобы разобраться в бездне информации, которая сегодня доступна через Интернет.

Морис Дж. (Митч) Фридман — в прошлом президент Американской библиотечной ассоциации и директор библиотечной системы округа Вестчестер в штате Нью-Йорк.

Фотомонтаж: В условиях круглосуточного доступа в Интернет публичные библиотеки заняты больше, чем когда-либо в прошлом. Их постоянные клиенты могут заказывать те книги и видеопленки, которые хотели бы взять из библиотеки, или даже загружать аудио книги из библиотечных и других общественных фондов в свои домашние персональные компьютеры. По мере того, как библиотеки устанавливают все больше компьютеров для общественного пользования, все больше людей приходят туда, чтобы заниматься научной работой, искать ресурсы в Интернете и пользоваться электронной почтой.
(Все фотографии AP/WWP)

Вот уже на протяжении многих лет футурологи, авторы передовиц и множество других «пророков», готовых похоронить публичные библиотеки, утверждают, что Интернет устранил необходимость в библиотеках и даже в книгах. Однако посетите любую публичную библиотеку в Соединенных Штатах и узнаете, что с каждым годом все больше и больше людей приходят сюда. Интернет привел к небывалому росту пользования информационными услугами, предоставляемыми библиотеками, которое выводит читателя далеко за их пределы.

В течение последних 150 лет публичные библиотеки осваивают, применяют на практике или популяризуют новые технологии и носители информации. Интернет и обеспечиваемый им доступ в мир информации привносит в публичные библиотеки такие технологии и информационные средства, которые качественно отличаются от технологий и информационных средств, применявшихся до появления Интернета. Объем информации, который можно получить через Интернет, столь велик, что он приводит к качественным изменениям в предоставлении информации публичными библиотеками.

Во-первых, Интернет позволяет публичной библиотеке предоставлять в режиме онлайн информационные услуги и доступ к материалам круглосуточно и семь дней в неделю. Люди, имеющие возможность пользоваться программами Интернета, обеспечивающими быстрый просмотр (например, файлов) у себя дома или где-нибудь еще, могут тщательно изучать в режиме онлайн каталог фондов библиотеки, заказывать нужные книги и материалы, которые они хотели бы взять и продлевать читательский срок тех из них, дата возврата которых уже близка или наступила — и все эти функции выполняют интегрированные библиотечные системы, имеющиеся в Интернете и доступные населению круглосуточно семь дней в неделю.

Возможность заказывать книги в режиме онлайн является особенно привлекательной для постоянных клиентов. Большинство библиотек убедились в том, что число заказов, сделанных в режиме онлайн, удвоилось или утроилось по сравнению с применявшейся ранее системой заказов, при которой последние оформлялись вручную. В кооперативной системе публичной библиотеки в округе Вестчестер в штате Нью-Йорк, обслуживающей один из пригородов г. Нью-Йорка¹ число заказов на книги в месяц выросло с 4000 в 1999 году до более чем 93 000 заказов в 2005 году. Это стало возможным благодаря тому, что каталожная система в режиме онлайн является доступной в любое время для жителей данного округа, у которых дома есть компьютер.

Каталог, имеющийся сегодня в режиме онлайн, значительно улучшил выполнение функций поиска и хранения. Несмотря на предсказания о «кончине» книг и других печатных материалов, в Вестчестерской публичной библиотеке было установлено, что 30 процентов заказов были о книгах, изданных до 1990 года.² Библиотекари сообщили, что книги, в течение многих лет лежавшие на полке, иногда даже оставшиеся там десятилетиями, теперь читаются. Это произошло после того, как каталог стал работать в режиме онлайн, и пользователи обнаружили литературные шедевры прошлого, которые в противном случае они бы не заметили. Вот так новая технология помогает публичным библиотекам в их традиционной повседневной работе, делая их еще более

необходимыми в эпоху новых технологий.

Разнообразное применение новых технологий и новых медиа помогло усовершенствовать традиционные библиотечные услуги, а также создало новый тип услуг, относящихся только к электронным средствам информации.

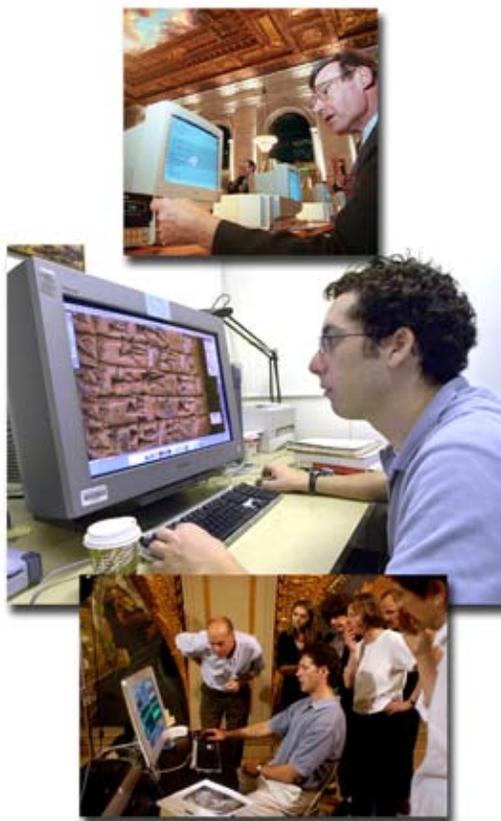
Первой такой услугой является доступ в Интернет. Свыше 90 процентов библиотек США предоставляют населению доступ в эту сеть. Несмотря на наличие широкого доступа в Интернет в частных домах и в служебных помещениях, по целому ряду причин люди предпочитают прийти в публичную библиотеку для того, чтобы войти во Всемирную компьютерную сеть, послать сообщение по электронной почте или прочитать ответ на подобное сообщение, и там, где это разрешается, пообщаться друг с другом в рамках на том или ином чате.

Подобное развитие событий немедленно привело к предоставлению услуги, имеющей очень большое значение для того, чтобы публичная библиотека могла по-прежнему получать поддержку со стороны налогоплательщиков. В связи с беспокойством, что Интернет не так уж и безопасен для детей, публичные библиотеки предлагают курсы по «безопасному» пользованию Интернетом для родителей, детей и всех заинтересованных этим вопросом людей. Кроме того, многие публичные библиотеки используют свои веб-сайты для направления родителей

и детей на другие сайты, наиболее подходящие для детей. В целом подход публичных библиотек к решению этой проблемы состоит в том, чтобы заранее подготовить родителей и детей к «безопасному» пользованию Интернетом, а не поддерживать применение фильтров, других ограничений или цензуры.

Используя технологию и круглосуточную доступность Интернета семь дней в неделю, многие публичные библиотеки предлагают справочные услуги по электронной почте и в рамках чата. Многие пользователи предпо-

Фотомонтаж: Библиотеки всегда находились на передовых рубежах внедрения компьютерной технологии в область академических научных исследований. Эти учреждения играли ведущую роль в переводе в цифровой формат исторических документов для того, чтобы распространить их онлайн и, прибегая к самой передовой компьютерной технике, собирали вместе экспертов для проведения консультаций по вопросам, представляющим взаимный интерес. (Все фотографии AP/WWP)



читают делать запрос по электронной почте вместо того, чтобы звонить по телефону, что может быть связано с долгим ожиданием.

Публичные библиотеки предлагают «Веблиографии». Это понятие сочетает в себе два термина «Всемирная паутина» и «библиография» и относится к услуге, которая приносит особенно ощутимые результаты. Библиотеки также предлагают полезные аннотированные перечни сайтов со ссылками, составленные по темам для людей всех интересов и всех возрастов. Эти перечни готовят профессиональные библиотекари, что гарантирует их точность и своевременность. Коммерческие поисковые системы не могут гарантировать этого.

Вот уже более века Нью-Йоркская публичная библиотека, обслуживающая Бронкс, Манхэттен и Стейтен-айленд, использует новые методы в работе с детьми. Эта библиотека предоставляет доступ к следующим сайтам: Веб-страница для детей, [<http://kids.nypl.org/>], *Книги с картинками, которые должен знать каждый* (недавно пересмотренное издание) и *100 любимых детских книг*. Эти библиографические публикации в режиме онлайн становятся достоянием гораздо большего числа людей, чем печатные публикации этой библиотеки.

Профессиональные работники в области информационных ресурсов дают более подробные разъяснения родителям и детям, которые стараются найти подходящие для них материалы на веб-сайте. «Выпадающие» меню, появляющиеся в верхней части детской страницы, включают в себя ресурсы по науке и технике, гуманитарным наукам и играм, мероприятиям, проводимым в филиалах библиотек, чтению и книгам, о встречах с интересными людьми и посещениях достопримечательностей, по спортивной тематике, торжественным датам и праздникам и целому ряду других тем.

Кроме того, пользователи публичных библиотек имеют доступ к коммерческим базам данных, содержащих тексты полностью. Например, с помощью этих средств Нью-Йоркская публичная библиотека обеспечивает своих читателей, которые пользуются Интернетом у себя дома, тысячами периодических изданий и миллионами статей [<http://www.nypl.org/databases/>]. В больших и малых библиотеках базы данных позволяют получить доступ к периодическим изданиям и другим публикациям, которые в противном случае пришлось бы покупать для своих пользователей.

Многие штаты приобрели лицензии на базы данных. Подобные лицензии делают упомянутые базы данных доступными всем гражданам соответствующих сайтов вышеуказанных штатов. Это означает, что взятая в аренду та или иная база данных по периодическим изданиям с 3000 наименований может стать бесплатно доступной крохотной общине, библиотека которой в состоянии позволить себе подписаться не более чем на 50 печатных изданий. В настоящее время все публичные библиотеки в штате Нью-Йорк и многих других штатах поддерживают доступ к электронным версиям тысяч периодических изданий, экспоненциально увеличивая тем самым объем той информации, которую все публичные библиотеки

делают бесплатно доступной своим пользователям круглосуточно семь дней в неделю.

Все вышеперечисленные услуги наглядно демонстрируют огромный вклад Интернета в повышение роли публичных библиотек и использование их ресурсов населением.

Именно благодаря Интернету публичные библиотеки процветают и удовлетворяют потребности людей в информации.

Доступ: В публичные библиотеки всегда приходит очень много людей, и они «на полную катушку» используют библиотечные компьютеры, с помощью которых можно войти в Интернет. Это опровергает представление о том, что почти у всех дома есть компьютер и доступ в Интернет. Создается впечатление, что постоянно не хватает компьютеров как в периоды их максимального использования, так и в другое время.

Пожилые люди: Пожилые люди являются одной из категорий массовых пользователей Интернетом в библиотеках. Представление о том, что лица пожилого возраста не могут приспосабливаться к переменам и бояться компьютеров, опровергается практикой. Масса пожилых людей пользуется Интернетом для того, чтобы обмениваться письмами по электронной почте с детьми, внуками, родственниками и друзьями, искать информацию о программах здравоохранения и социального обеспечения и прочие сведения, вызывающие у них интерес. И всем этим они занимаются в своих публичных библиотеках недалеко от дома.

Домашнее задание: Многие публичные библиотеки, библиотечные консорциумы и даже штаты заключили контракты с *Tutor.com* [<http://www.tutor.com>], чтобы помочь учащимся в режиме онлайн делать уроки и готовить специальные задания. Эта служба считается очень полезной еще и потому, что работают со школьниками в режиме онлайн настоящие школьные учителя.

Портативные компьютеры: Библиотечный центр в Бронксе выдает во временное пользование портативные компьютеры для работы на них в помещении библиотеки. Все эти портативные компьютеры имеют беспроводное подключение к сети, что позволяет использовать Интернет для самых разных целей; во всех упомянутых портативных компьютерах есть микрокомпьютерные программы.

Быстрый просмотр: Каталоги библиотек в режиме онлайн дают пользователям возможность просматривать суперобложки, оглавление, первые или выборочные главы и рецензии на тысячи книг. В настоящее время пользователи могут обнаружить массу информации о книгах, которые они хотели бы взять из библиотеки, не посещая ее вообще и не держа их в руках.

Обзоры в режиме онлайн: Некоторые библиотеки начали составлять в режиме онлайн специализированные обзоры книг. Так, например, публичная библиотека в г. Оссининге, шт. Нью-Йорк, недавно добавила на свой веб-сайт *Ossining Review of Books* [<http://www.ossininglibrary.org/bob/default.aspx>], новый электронный справочник по современной литературе, в составлении

которого приняли участие местные писатели и критики. На сайте рекомендуются к чтению книги писателей, связанных с Оссинингом. Кроме того, данный сайт предлагает жителям города поместить на нем свои собственные комментарии и обзоры книг.

Сейчас публичные библиотеки более чем когда-либо важны для людей, у которых дома есть доступ к новым технологиям и новым медиа. Те же, кому не повезло в этом отношении, могут пользоваться компьютерами в библиотеке. С помощью новейшей информационной технологии публичная библиотека сохраняет свой традиционный статус местного клуба, приятного места, куда люди могут прийти и поделиться друг с другом знаниями и информацией.

1. Численность населения округа Вестчестер составляет 923 000 человек, причем в системе этого округа имеется 38 независимых публичных библиотек. Вестчестер — типичный богатый пригород, подобный пригородам других больших городов США.
2. Внесенные в каталог резервы вестчестерских библиотек включают в себя все носители информации, например, книги, записанные на магнитофонную ленту, DVD, компакт-диски и другие материалы, имеющиеся в наличии в библиотеках.

Мнения, высказываемые в этой статье, не обязательно отражают точку зрения или политику правительства США.



Веб-сайт Соединенных Штатов и Бразилии в рамках проекта Библиотеки Конгресса «Глобальный доступ» — один из предшественников Всемирной цифровой библиотеки. (С разрешения Библиотеки Конгресса)

Интернет объединяет культуры

В глобальной библиотеке литература и искусство становятся доступными в режиме онлайн

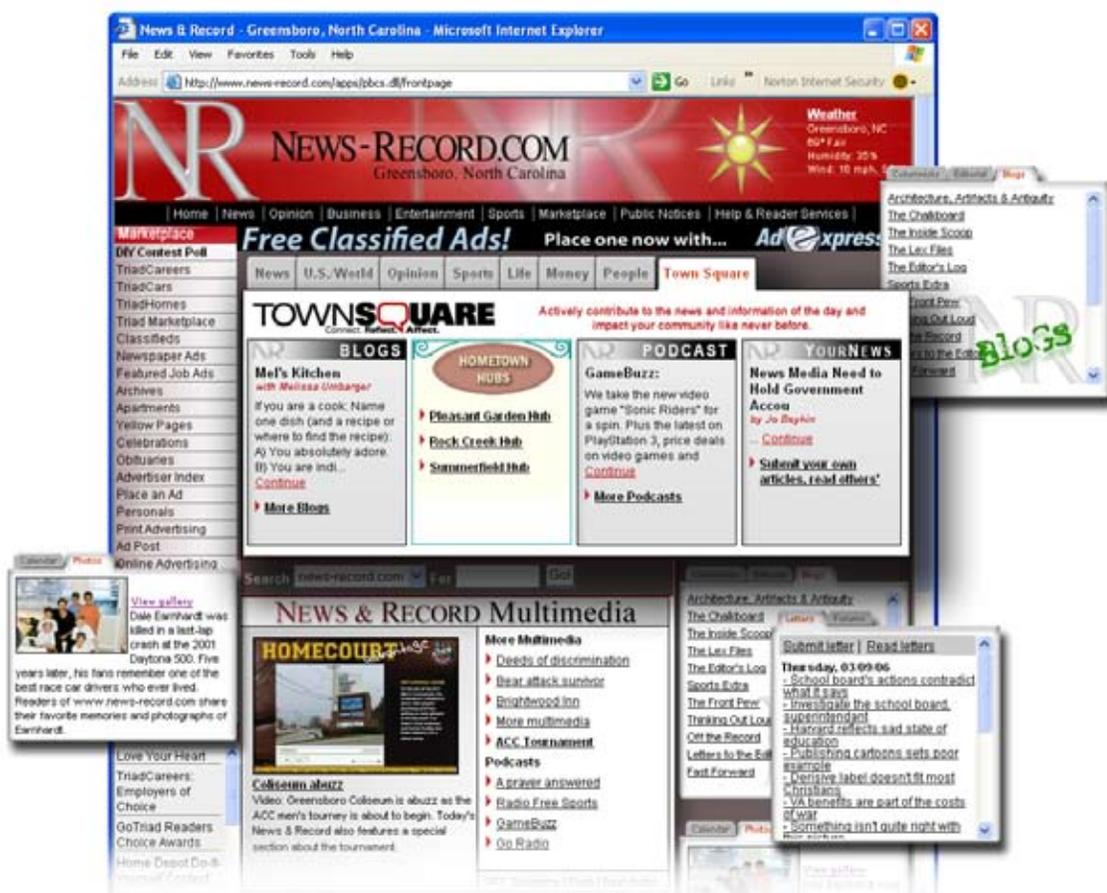
Недавно Библиотека Конгресса США приступила к осуществлению своей инициативы создания Всемирной цифровой библиотеки исторических, художественных и литературных произведений всего Земного шара. Цель этого проекта состоит в том, чтобы собрать вместе в режиме онлайн редкие и уникальные экспонаты, находящиеся в хранилищах США и других западных стран, и экспонаты, представляющие другие великие культуры Восточной и Южной Азии, а также исламских стран, простирающихся от Индонезии — через Центральную и Западную Азию — до Африки. «Всемирная цифровая библиотека позволила бы увидеть эти собрания ценностей всем пользователям Интернета совершенно бесплатно, — сказал директор Библиотеки Конгресса Джеймс Х. Биллингтон. — Это бы дало эффект, который можно только приветствовать. Если отдается должное глубине и уникальности различных культур в рамках единого глобального форума, то это может теснее объединить людей».

Биллингтон предложил концепцию Всемирной цифровой библиотеки в июне 2005 года, выступая с речью в Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры. Он объявил, что на этот проект, осуществление которого начнется в ноябре, компания Google, предлагающая механизм поиска информации во Всемирной компьютерной сети, выделила грант в размере 3 миллионов долларов. Библиотека Конгресса использует эти средства на разработку технических и организационных деталей, а также установление и поддержание контактов со странами и институтами во всем мире, участвующими в этой международной инициативе. Будут предприняты попытки найти и других партнеров из частного сектора с целью получения дополнительного финансирования и экспертных технических знаний.

Всемирная цифровая библиотека будет опираться на другие цифровые документальные проекты Библиотеки Конгресса. За последнее десятилетие Библиотека Конгресса перевела в цифровой формат свыше 10 миллионов единиц хранения для проекта «Память Америки», представляющего собой собрание рукописей, карт, аудио-визуальных записей, фотографий, музыкальных произведений и других материалов. В 2000 году библиотека начала работать над вторым цифровым проектом «Глобальный доступ», в котором принимают участие национальные библиотеки Бразилии, Франции, Нидерландов, России и Испании. В мультимедийных презентациях на двух языках рассказывается главным образом об исторических связях между Соединенными Штатами и странами-участницами. Но Всемирная цифровая библиотека сосредоточит свои усилия на культурах и истории самих стран-участниц. Виртуальная библиотека будет состоять только из материалов, являющихся всеобщим достоянием, или материалов, которые используются по специальному разрешению.

«Я считаю, что у нашей страны есть возможность, и на нас лежит обязанность создать государственно-частное партнерство и, используя новую технологию Интернета, отдать должное творческому культурному разнообразию всего мира, — отметил Биллингтон. — Мы мечтаем о том, чтобы такое партнерство оказалось полезным, особенно для молодежи, выросшей и воспитанной в условиях мультимедийного века».

Дополнительную информацию о Всемирной цифровой библиотеке можно получить по следующему электронному адресу: <http://www.loc.gov>.



Читатели делают газету своей

Интервью с Лексом Александром

Газеты США пересматривают свое место и роль в условиях постоянного изменения информационного пространства. Газеты, являющиеся активным агентом этих изменений, устраняют традиционные барьеры между отделами новостей и читателями и вовлекают читательскую аудиторию в процесс подготовки материалов, ежедневно публикуемых в печатных или электронных изданиях.

Лекс Александр — координатор публичной журналистики газеты «Ньюс энд рекорд» города Гринсборо, шт. Северная Каролина.

Фотомонтаж: Газета «Ньюс энд рекорд» в г. Гринсборо, шт. Северная Каролина, обращается к читателям, стремясь привлечь их к участию в интерактивных разделах на ее веб-сайте. Раздел «Городская площадь» содержит подготовленные штатными журналистами блоги с дополнительной информацией к газетным публикациям, а в раздел «Хоум таун хаб» читатели могут сами присылать свои материалы и сообщения. (С разрешения газеты «Ньюс энд рекорд»)

Бурный рост новых средств массовой информации происходит за счет старых. Всего полвека назад газеты были гигантами во вселенной средств массовой информации. В результате расширения новостного вещания и круглосуточного кабельного телевидения за последние пятьдесят лет газеты утратили свое доминирующее положение на информационном рынке. Для того чтобы удержаться в бизнесе новостей, поддержать жизнеспособность своего продукта в условиях жесткой конкуренции и оставаться прибыльными предприятия, газеты переносят свои продукты в режим онлайн.

Газета «Ньюс энд рекорд», которая издается в г. Гринсборо, шт. Северная Каролина, более ста лет, в 2005 году ввела новую модель для своего продукта в режиме онлайн — форум «Городская площадь», предоставив, таким образом, жителям возможность для большей интерактивности, более непосредственного их присутствия и участия в подготовке информационных материалов. Автор новой модели Лекс Александр, в настоящее время являющийся координатором гражданской или публичной журналистики в этой газете, дал интервью

редактору настоящего выпуска электронного журнала Шарлин Портер, которая прежде всего спросила его о реакции читателей.

Александр: Реакция наших читателей на новую модель, по большей части, была весьма позитивной. Одни читатели отреагировали в форме деловой критики, а другие — в форме замечаний. Например: «Нам нравится то, что вы делаете, продолжайте в том же духе. И вот еще над какими практическими шагами вам, пожалуй, стоило бы подумать».

Вопрос: Расскажите, пожалуйста, о различных форумах, которые создала газета «Ньюс энд рекорд» для того, чтобы побудить население принять более активное участие в ее работе.

Александр: Едва ли не самым первым нашим шагом было значительное увеличение числа блогов, которые мы выпускаем. Мы сами начали создавать блоги в середине 2004 года. После того, как мы объявили, что мы собираемся делать в начале 2005 года, мы начали готовить целый ряд новых блогов, поскольку штатные журналисты проявили интерес к этому, а также потому, что это действительно казалось естественным продолжением освещения того или иного события.

Мы также начали искать способы, как можно сделать нашу работу более прозрачной. То есть мы стали больше беседовать с читателями о том, почему мы освещали именно эти, а не другие события. Исторически сложилось так, что новостные организации много не говорили о том, как они работают. Это рассматривалось как неудачная форма, и даже считалось неэтичным делать саму новостную организацию частью самих новостей. В последние несколько лет пришло понимание того, что в некоторых случаях новостная организация должна быть частью газетного материала, что мы должны принять это и быть готовыми честно рассказать о том, как мы делаем свою работу, и почему мы делаем свою работу так, а не иначе.

Вопрос: Блоги ваших журналистов представляют собой письменные продукты тех же самых журналистов, которые составляли ядро вашей газеты на протяжении десятилетий. Разве их блоги по той или иной причине делают газетный материал более содержательным для читателя?

Александр: Совершенно верно, делают. И мы также умеем включать другие файлы в блоги. Мы можем включать сканированные снимки документов. Мы можем включать небольшие кусочки аудио и видео материалов. Мы можем включать изображения и диаграммы. Мы можем поместить линк: «Если вы хотите полностью прочитать обвинительное заключение такого-то — все 48 страниц, нажмите здесь». В тех случаях, когда документы являются важным элементом новостей, мы с нашим редактором всегда побуждаем репортеров помещать эти документы в режиме онлайн, чтобы читатели могли сами судить о том, сообщаем ли мы об этих документах на основе фактов или помещаем их в какой-либо контекст.

Вопрос: Что нового граждане, принимающие учас-

тие в репортерской работе, привносят в вашу газету и в ваши электронные публикации на Интернетe? Иными словами, производят ли они что-то, чего не могли дать репортеры и редакторы в условиях старой журналистики?

Александр: Есть много людей, которые знают больше нас об очень многих вещах. Блоги держат читателей в курсе дела относительно того, над чем мы работаем, а также дают читателям пищу для размышлений: ««Вот, ребята, еще один аспект, о котором вы не подумали. Или — то, что вы видите, на самом деле не есть главный вопрос; главный вопрос — вот в чем». Я думаю, что это помогает читателям проявлять больше доверия к качеству нашей репортерской работы.

Кроме того, читатели предоставляют нам свои собственные новостные материалы в раздел «Ваши новости» для публикации на нашем веб-сайте. У нас есть два раздела на веб-сайте «Хоум таун хабс», куда люди могут направлять материалы из двух районов за пределами Гринсборо. У нас имеется фотоблог, куда читатели могут посылать сделанные ими фотографии. Мы ищем и другие способы вовлечения читателей в нашу работу. Мы хотим сделать так, чтобы сбор новостей не представлял собой улицу с односторонним движением и все больше приобретал бы форму обсуждения, диалога и беседы.

Вопрос: Что показывают результаты ваших опросов аудитории? Как люди реагируют на блоги?

Александр: На октябрь 2005 года самый последний количественный показатель, имеющийся у меня под рукой, свидетельствует о том, что за тот месяц страницу посетили приблизительно 450 000 человек. Это из общего числа посетителей, которое колеблется между 5 и 6 миллионами, на всех наших сайтах — *News & Record.com* [<http://www.news-record.com>], *Go Triad.com* [<http://www.gotriad.com>], сайт, посвященный музеям и развлечениям, и несколько других сайтов, которые в основном и приносят нам прибыль.

Вопрос: О чем говорит такая популярность ваших новых информационных продуктов?

Александр: Я считаю, что по мере того, как все больше людей смотрят материалы в режиме онлайн и с помощью компьютера общаются с другими людьми, появляется все большая заинтересованность, особенно у молодежи, в использовании Интернетa как средства получения информации и обмена ею. Я думаю, что сам факт того, что мы создали аудиторию для блогов, является одним из примеров, подтверждающих сказанное. Совершенно очевидно, что у людей появилась потребность обсуждать разные вопросы в режиме онлайн, и я считаю, что мы удовлетворяем эту потребность у жителей нашего города и его окрестностей.

Вопрос: Каким образом блоги и дискуссионные сайты дают читателям возможность почувствовать участников создания информационного продукта и частью всего населения города и его окрестностей?

Александр: Важно, чтобы мы всегда, когда можем, старались найти способы укрепления социальных

связей в нашем обществе. Америка все больше становится атомизированным обществом, и я не думаю, что долгосрочные результаты этого процесса будут благоприятными для нашей политики, культуры и экономики. Все, что мы как газета можем сделать для укрепления социальных связей, так это дать людям почувствовать себя частью чего-то большего, чем то, что они являют сами собой.

Вопрос: Какой вклад внесло это обсуждение онлайн, в котором участвовали читатели газеты «Ньюс энд рекорд», в жизнь людей г. Гринсборо и его окрестностей?

Александр: Значительная часть обсуждения проблем образования в блоге «Школьная доска» касалась недавнего решения школьного совета об отказе от системы записи в школу по результатам лотереи и возвращения к системе записи в школы по месту проживания. (В школах, которые пользуются хорошей репутацией в округе, но которые могут находиться необязательно близко от дома потенциальных учеников, число поданных заявлений на прием намного превышает число мест. Иногда, для обеспечения равенства и справедливого отношения ко всем желающим учиться в данной школе, устраиваются лотереи среди всех подавших заявления. Выигравшие — зачисляются в школу. — Прим. ред.) Я не могу сказать, как именно это случилось, но блог стал своего рода виртуальным форумом для людей, которые хотели, чтобы совет принял решение о подобном изменении. Этот вопрос очень широко обсуждался в течение долгого времени.

Вопрос: В начале этого года вы и несколько читателей провели весьма бурное обсуждение — что является главным в освещении новостей. С одной стороны, традиционные средства массовой информации давно подвергаются критике за то, что они не затрагивают тем, имеющих важное значение для жителей маленьких городков, а также жителей отдельных городских и сельских районов. Но с другой стороны, технология позволяет видеть, что «секс», «судьба» и «странные вещи» привлекают гораздо больше читателей, чем «серьезные» темы, исключительно «важные» для местного населения? Как вы миритесь с этим?

Александр: Мы знаем, что выполняем нашу миссию здесь в газете «Ньюс энд рекорд», и эта миссия состоит в том, чтобы давать людям новости и информацию, которые им нужны, чтобы правильно строить свою жизнь и действенно направлять ее в нужное русло. Мы полагаем, что это и само по себе ценно, и в этом есть экономическая польза. Мы думаем, что это одновременно и выигрышная деловая стратегия, и хорошая журналистика.

Газеты всегда были заинтересованы в том, чтобы время от времени печатать на своих страницах статьи о «странном». Я не думаю, что мы будем специально от-

правляться на поиски таких вещей и уделять им больше внимания, чем обычно. Полагаю, что надо мыслить более широко и задавать себе вопрос: даем ли мы людям то, что им нужно, то, что они хотят, и то, что они используют в жизни? И мы в равной степени стараемся обеспечивать это и в печатных изданиях, и в режиме онлайн.

Я думаю, что долгосрочное решение этой проблемы состоит в том, чтобы мы посвятили свои скудные ресурсы, которые к тому же постоянно сокращаются, осуществлению миссии, которую мы для себя определили, просто потому, что никто кроме нас этого не сделает. Некоторые события требуют для своего освещения только профессиональных штатных журналистов.

Однако это не означает, что нам удастся освещать все, что мы хотим, и что нам нужно освещать. Я все-таки надеюсь на то, что среди населения нашего города и

его окрестностей появятся люди, способные заполнять пробелы в нашей журналистике и давать больше местных новостей, которые нужны людям.

Вопрос: Вы что, действительно думаете, что появятся такие люди, которые будут заниматься «коммунальной» журналистикой и будут писать, например, о необходимости новой системы канализации в их микрорайоне?

Александр: Помимо всего прочего, да. Фактически в определенной степени мы уже делали это в нашем раз-

Фотомонтаж: Газета «Ньюс энд рекорд» просит читателей присылать фотографии, чтобы поместить их фотоблоггах; изображения включают в себя свадьбу, молодежь, играющую в европейский футбол, и футбольный матч в местном колледже. (С разрешения газеты «Ньюс энд рекорд»)



деле «Хоум таун хабс». У нас есть люди в Саммерфильде, небольшом городке к северо-западу от Гринсборо, присылающие новости и фотографии, которые интересуют их соседей, и эти материалы появляются в режиме онлайн. Кроме того, лучшие из таких материалов мы печатаем в воскресном издании нашей газеты.

Мы думаем, что разделы «Хоум таун хабс» будут предназначаться не только для людей, объединенных местом проживания, но и для людей, объединенных общими интересами. Например, в Гринсборо среди молодежи большой популярностью пользуется европейский футбол. Им увлекаются тысячи семей. Я мог бы вполне представить себе, что мы начнем вести раздел «Новости молодежного европейского футбола» или блог молодежного европейского футбола, или же у нас будут и раздел и блог, посвященные молодежному европейскому футболу. Я представляю себе, какой большой популярностью он будет пользоваться среди семей, дети которых играют в футбол, а это, в свою очередь, может заинтересовать некоторых рекламодателей.

На последних обсуждениях вопросов гражданской журналистики заговорили о том, что очень мало людей действительно хотят всерьез стать гражданскими журналистами, то есть выезжать на места и делать репортажи, писать статьи или создавать видео. Однако все хотят иметь определенную роль в подготовке новостей, в обсуждении и диалоге. Нам нужно подумать и найти разные способы, как люди могут принять участие в создании новостей для нашего города и его окрестностей.

Вопрос: Собираетесь ли вы платить гражданским журналистам, если они предоставляют материал для вашей газеты?

Александр: Нас часто критикуют следующим образом: вы просите людей бесплатно освещать какие-то события или вопросы для того, чтобы самим заниматься другими темами. На это я всегда отвечаю: нет, эти люди пишут о таких событиях и вопросах, которые в противном случае вообще оставались бы неосвещенными.

Если существует какой-то способ сделать данное партнерство прибыльным — а я думаю, что такой способ есть, только пока мы его еще не обнаружили — то я надеюсь, что мы найдем и способ, как соответствующим образом и пропорционально делить полученную прибыль с людьми, которые помогают вносить вклад в создание материалов, которые ее приносят.

Вопрос: Принимая во внимание успех, достигнутый газетой «Ньюс энд рекорд» за последний год в создании раздела «Городская площадь», удалось ли вам вернуть своих читателей, которых, если верить статистике, вы стали терять, когда они обращались к другим электронным средствам массовой информации?

Александр: Я не уверен, что могу дать однозначный ответ на этот вопрос, сказав «да», или «нет». Наша последняя проверка тиража показала, что мы потеряли небольшую часть подписчиков, но наши потери составили лишь половину средних потерь по всей отрасли. Поэтому я не знаю, считать это победой или поражением.

Мы доподлинно знаем, что в 2005 году как наша аудитория в режиме онлайн, так и доходы от рекламы в режиме онлайн значительно возросли.

Я уверен в том, что в ближайшие несколько лет наша аудитория в режиме онлайн по-прежнему будет быстро расти. Вслед за аудиторией станет увеличиваться и доход от рекламы, и мы должны дать нашей аудитории ту информацию, которую она хочет и которая ей нужна, и получить часть прибыли от рекламы.

Однако существует напряженность между характером газетных материалов/сообщений, которые были бы полезны людям, в зависимости от того, к каким сегментам населения они относятся, и характером газетных материалов/сообщений, которые были бы интересны только определенным сегментам населения, в охвате которых заинтересованы рекламодатели. Вы подвергаете риску журналистику, делая различия между группами населения, и меня беспокоит это с точки зрения укрепления социальных связей между людьми в обществе, а также с моральной точки зрения.

В то же время мы не являемся благотворительной организацией. Мы выступаем за прибыльный бизнес и делаем все возможное для того, чтобы найти способ выжить и продолжать существовать долго. На этом этапе трудно определить, чем закончится это «перетягивание каната». Мы все еще думаем над решением этой проблемы. Но она остается нерешенной, и я не предвижу ее решения в ближайшее время.

Мнения, высказываемые в этой статье, не обязательно отражают точку зрения или политику правительства США.

Ноутбук за 100 долларов

Международный консорциум стремится обеспечить компьютерами каждого ребенка.



дешевых
п ь ю т е р о в
бы обеспечить
надежный доступ к знаниям и современным формам
обучения.

В январе 2005 года на Всемирном экономическом форуме в Швейцарии человек по имени Николас Негропонте представил план разработки, производства и распространения портативных компьютеров. Это позволило

Доступ к компьютерам и Интернету является главным препятствием к устранению глобального цифрового неравенства, то есть разрыва между развитыми и развивающимися странами в использовании современных цифровых технологий. Некоммерческая организация «Ноутбук — каждому ребенку» [<http://www.laptop.org/>], созданная Негропонте и его партнерами, старается преодолеть это препятствие. Поставлена задача снизить цену ноутбука до 100 долларов и продолжать снижать ее по мере развития технологии.

Основатель и директор Лаборатории проблем медиа при Массачусетском технологическом институте (МТИ, Бостон, США) Николас Негропонте и генеральный секретарь ООН Кофи Аннан представили прототип ноутбука на Всемирной встрече на высшем уровне по вопросам информационного общества в ноябре 2005 года в Тунисе.

Портативный компьютер в прочном корпусе назвали Зеленой машиной, потому что он будет изготовлен из яркой зеленой пластмассы или прорезиненного материала. Этот недорогой, надежный компьютер будет иметь программное обеспечение с открытым исходным кодом, очень низкое энергопотребление и способность подзарядки с помощью ручной прокрутки.

Ноутбуки будут среди прочего располагать беспроводной широкополосной передачей, которая позволит им работать в смешанной сети — каждый ноутбук сможет поддерживать коммуникацию с ближайшими соседями, создавая временную локальную сеть. Ноутбуки смогут использовать разные источники энергии (включая механический завод) и будут в состоянии выполнять практически все функции компьютера, кроме хранения больших объемов информации.

Разработку ноутбука ценой в 100 долларов в Лаборатории медиа МТИ финансирует некоммерческая организация «Ноутбук — каждому ребенку». В разработках принимает участие также международная компания «Дизайн континуум». В совет директоров организации «Ноутбук — каждому ребенку» входят такие корпора-

ции, как *Google*, медиа-концерн Руперта Мердока «Ньюс корпорейшн», Великобритания, коммуникационный гигант «Нортель» и компания «Эдвансед Майкро Дивайсес», мировой поставщик интегральных микросхем. Основным производителем 100-долларовых ноутбуков будет тайваньская компания «Кванта компьютер», выбранная советом директором после рассмотрения предложений нескольких потенциальных производителей.

Ноутбуки будут проданы правительствам, и школы передадут их детям. Организация «Ноутбук — каждому ребенку» провела первоначальные переговоры о распространении ноутбуков с Китаем, Индией, Бразилией, Аргентиной, Египтом, Нигерией и Таиландом. Организация «Ноутбук — каждому ребенку» рассмотрит также возможность создания коммерческой версии ноутбука.

Предварительный план состоит в том, чтобы ноутбуки были готовы к отгрузке к концу 2006 или к началу 2007 года. Производство начнется, когда будут получены заказ и предоплата на 5-10 миллионов ноутбуков.

«Изготовление чего-либо в количестве 100 миллионов всегда представляет громадную проблему, — отметил Николас Негропонте на сайте Организации «Ноутбук — каждому ребенку». — Это не только проблема цепи поставок, но также и конструкторская проблема. Меня потрясает масштаб, но я также поражаюсь предложениями некоторых компаний. Кажется, что, по крайней мере, половина проблем имеет решение».

Чтобы удостовериться в том, что ноутбуки достигают назначенных пользователей, Организация «Ноутбук — каждому ребенку» будет партнером в инициативе Международного телекоммуникационного Союза «Связанный мир». Во время круглого стола, проводившегося Международным телекоммуникационным Союзом в январе, политические лидеры, руководители бизнеса и компаний-разработчиков взяли на себя обязательство донести до людей всего мира преимущества информационных и коммуникационных технологий к 2015 году.

Также в январе, во время Всемирного экономического форума 2006 года в Швейцарии, руководитель Программы развития ООН Кемал Дервис и Николас Негропонте подписали соглашение о сотрудничестве с национальными и международными партнерами с целью поставить новую технологию адресным школам в наименее развитых странах.

Детям в развивающихся странах нужны ноутбуки, сказал Негропонте, потому что ноутбуки это окно в мир, инструмент для размышлений и средство для независимого диалога и поиска.

Фото: прототип ноутбука за 100 долларов
(Фотография AP/WWP)



Блоггеры делают первые шаги в коммуникации

Дэн Гиллмор

Новая компьютерная технология, которая позволяет авторам легко размещать их собственные сочинения в Интернете, бросила вызов традиционным медиа в их роли посредников информации на ее пути к массовой аудитории. В течение последних несколько лет все больше людей становилось репортерами и комментаторами. Удивительно быстро они обрели свою собственную платформу в социальных и политических спорах.

Дэн Гиллмор — директор Центра общественных медиа [<http://www.citmedia.org/blog>] и автор книги «Медиа: публичная журналистика — «создано народом и для народа».

В конце 2002 года один из самых влиятельных членов Конгресса Соединенных Штатов получил урок о могуществе новых средств информации. На вечеру по случаю дня рождения его коллеги, сенатора Трента Лотта, республиканец из штата Миссисипи ностальгически отозвался об отталкивающем периоде американского прошлого, когда расистская сегрегация являлась официальной политикой во многих регионах. Средства массовой информации обратили на это заявление мало внимания.

Фотомонтаж: Блоггеры и их блоги столь же разнообразны, как и люди, которые создают их. Это могут быть студенты колледжа, интересующиеся политикой, или солдаты на действительной службе, самодельные журналисты, которые создают свои собственные интернет-журналы для освещения событий, соответствующих их интересам, или студенты, которые пишут о своем жизненном опыте и возможностях получения образования. (Все фотографии AP/WWP)

Но некоторые авторы возникавших тогда в Интернете журналов, названных *weblogs*, или сокращенно «*blogs*», не пожелали оставить это просто так. И левые, и правые блоггеры выразили негодование. До известной степени это негодование было направлено против средств массовой информации за то, что они оставили без должного внимания ремарки сенатора, и через несколько дней блоггерских нападок основные СМИ решили рассказать об этом. Спустя еще несколько дней поддержка Лотта среди его коллег истощилась, и он ушел со своего поста лидера республиканцев в Сенате.

Инцидент был первым предупреждением подобного рода политикам, общественным деятелям и всем, кто работает в средствах массовой информации. Он стал сигналом ускорения эволюции в области коммуникаций. Блоги добились признания и все быстрее и быстрее набирали силу.

Что такое, собственно говоря, блог?

Единого определения не существует, но большинство из них имеет, по крайней мере, три общих черты. Они обычно состоят из коротких статей, также называемых *postings*. Их располагают в обратном хронологическом порядке — то есть, более свежие статьи сверху. И в них содержатся гиперлинки, отсылающие к другим страницам в Интернете.

Блоги — это разговор. Многие из лучших блогов приглашают участников высказывать свои комментарии; блоггеры любят обращаться к работам друг друга, чтобы привлечь к ним внимание и устроить обсуждение.

Они разговорны еще и потому, что лучшие из них написаны явно человеческим языком. Мы можем противопоставить их типичной газетной статье, которая создает ощущение, будто написана по формуле и не человеком, а комитетом. Человеческая интонация блога — жизненно важное средство для популяризации этой формы.

Блоги также следует понимать в их более широком контексте как средство, к которому прибегают пользователи Интернета, чтобы публиковать (в различных форматах, включая аудио и видео) свои собственные работы в режиме онлайн. Это элемент общей демократизации средств информации, которая проявляется и на этапе подготовки материалов, и на этапе их распространения. Инструменты, которые мы используем, чтобы создать цифровое содержание, становятся более мощными и менее дорогими. Потенциально мы в состоянии показать свою работу всемирной аудитории. В человеческой истории не было аналога этому новому явлению.

По данным аналитического центра «Пью Интернет проект», который изучает воздействие Интернета на различные аспекты американской жизни, чтение блогов растет одновременно с их созданием. Более четверти американцев читают блоги, и, хотя показатели роста в течение 2005 года несколько стабилизировались, среди других средств массовой информации они заметнее, чем когда-либо.

Блоггеры привлекли внимание своими выступлениями по самым актуальным вопросам политики и

технологии, а также по различным проблемам в других областях знаний. Следует однако признать, что хотя подавляющее большинство из миллионов доступных теперь онлайн блогов и не рассчитаны на широкую аудиторию, они чрезвычайно ценны. Для самих блоггеров сетевые журналы по существу заменили традиционные письма родным домой и близким друзьям. А польза, которую извлекают читатели из блогов, носящих очень индивидуальный характер, гораздо больше, чем польза, которую они извлекают из других популярных сайтов.

Взлет блоггинга начался в Соединенных Штатах. Это можно было предсказать, так как первые инструменты для работы онлайн были разработаны американскими специалистами по программному обеспечению. Но блоггинг становится всемирным явлением. В Китае, например, по приблизительным оценкам, насчитывается около 5 миллионов блоггеров, что составляет сравнительно низкий процент от численности населения. Все больше китайских граждан начинают свои собственные блоги, несмотря на правительственную цензуру, которая осуществляется с помощью технологических компаний. В Африке меньше блоггеров, чем на любом другом континенте. Этан Цукерман, соучредитель проекта «Глобал войсес онлайн», реализуемого Беркмановским центром «Интернет и общество» при Гарвардском университете, говорит, что по самым высоким оценкам в Африке южнее Сахары насчитывается около 10 000 блоггеров. Он считает, что эти показатели выше на Ближнем Востоке и в Северной Африке, где приблизительно 50 000 в основном молодых людей участвуют в работе интернет-журналов.

Среди самых страстных в отношении блоггинга стран помимо Соединенных Штатов выделяется Франция, где блоггеров свыше двух миллионов — согласно данным управляющему ведущей компании по программному обеспечению Луи Ле Мера. И их воздействие ощущается повсеместно. Он говорит, что три министра правительства приглашали блоггеров брать у них интервью, и в одной из таких встреч он сам участвовал. Блоги, отмечает он, становятся одним из наиболее важных средств самовыражения в этой стране и вызывают некоторое беспокойство среди тех, кто работает в рамках традиционной журналистики.

Отношения между блоггерами и журналистами заслуживают внимания. Некоторые профессионалы с энтузиазмом бросились в блоггинг. Другие полностью отвергли этот жанр.

Я начал то, что считается первым блогом, сделанным американским журналистом из СМИ в 1999 году, когда программное обеспечение для блоггинга только только начинало появляться. Я писал о технологии, и блог, который появился в дополнение к моей газетной колонке в «San Jose Mercury News» в калифорнийской Силиконовой долине, стал существенной частью моей работы. Почему? Потому, что это позволило мне больше разговаривать с моими читателями. Мне, пишущему об электронных технологиях в Силиконовой долине — сердце американской индустрии высоких технологий,

быстро стало ясно, что мои читатели знают о том, о чем я пишу, намного больше меня, и блог был еще одним способом учиться.

С тех пор блоггинг постепенно начал все больше пересекаться с новостным бизнесом. «Пью Интернет проджект» обнаружил, что американские журналисты читают блоги больше, чем широкая публика. Это не удивительно, потому что блоги играют роль профессиональных журналов, которые могут быть прекрасными источниками для репортеров в любом виде дисциплин.

Однако даже сейчас большинство профессиональных журналистов не публикуют блогов. Это форма подачи информации, которая поощряет личный голос, ощущается ими как несколько неестественная. Ведь профессионалы обучены держать свои собственные чувства и взгляды отдельно от того, о чем они пишут или сообщают. Комментаторы, которые и существуют для того, чтобы выражать свое мнение по тем или иным вопросам, — очевидное исключение из этого общего правила. Некоторые комментаторы, освещающие бизнес, оказались лучшими в своем жанре, предлагая свое, более глубокое, понимание проблем, о которых они писали в печатных изданиях. То же самое справедливо для журналистов, которые пишут об индустрии развлечений.

Блоги могут также улучшить качество освещения новостей, повысив прозрачность работы журналистов. Последнее все еще довольно редкое явление. Журналисты, делающие новости, требуют прозрачности от других, но обычно меньше хотят проливать свет на свою собственную работу. Здесь положение меняется к лучшему, и блоги являются полезным инструментом в этом. Блог *PublicEye* Службы новостей Си-би-эс, например, предлагает проникнуть в мир работы телеведущего.

Как оказалось, блоги особенно хорошо подходят для освещения новостей о стихийных бедствиях, о которых читатели жаждут любых обрывков новой информации. В одном особенно известном случае блог какое-то время заменял первую полосу. Новоорлеанская газета «Таймс-Пикайон», вынужденная покинуть здание редакции вместе с другими жителями города, который был почти разрушен ураганом «Катрина», сумела держать своих читателей в курсе дела с помощью блога, когда нельзя было выпустить печатное издание.

Блоги журналистов составляют, конечно, очень малый процент от всех блогов. Некоторые блоггеры сами

создают образцы превосходной журналистики, стараясь завоевать внимание читателей и уважение поставщиков информации. Билл Гейтс, соучредитель и председатель корпорации Майкрософт, давал интервью блоггерам, которые пишут только онлайн. Другие руководители корпораций знают, что ведущие блоггеры могут быть превосходным проводником к широкой публике.

Разумеется, средства массовой информации решили переманить лучших блоггеров. Один из примеров — покупка компании *Weblogs Inc.*, которая занималась

технологиями и автомобилями, подразделением «Америка-он-лайн» конгломерата «Тайм Уорнер». Сообщалось, что цена составила 15 миллионов долларов. Вероятно, были и еще подобные сделки.

Но даже если ведущие средства массовой информации попытаются поглотить блоггеров, у них ничего не получится. Финансовый барьер для доступа на этот рынок уже близок к нулю. Любой человек, имеющий талант и время, может создать блог, или подкаст, или другой медиа-сайт, не затрачивая на это целое состояние.

С развитием блоггинга неизбежно стал вопрос о качестве информации, поставяемой блоггерами, и многие критики отмечали, что они готовы «стрелять словами сначала, а прицеливаться потом». Ни точность, ни тщательность не относятся к отличительным признакам работы блоггеров. Но на рынке

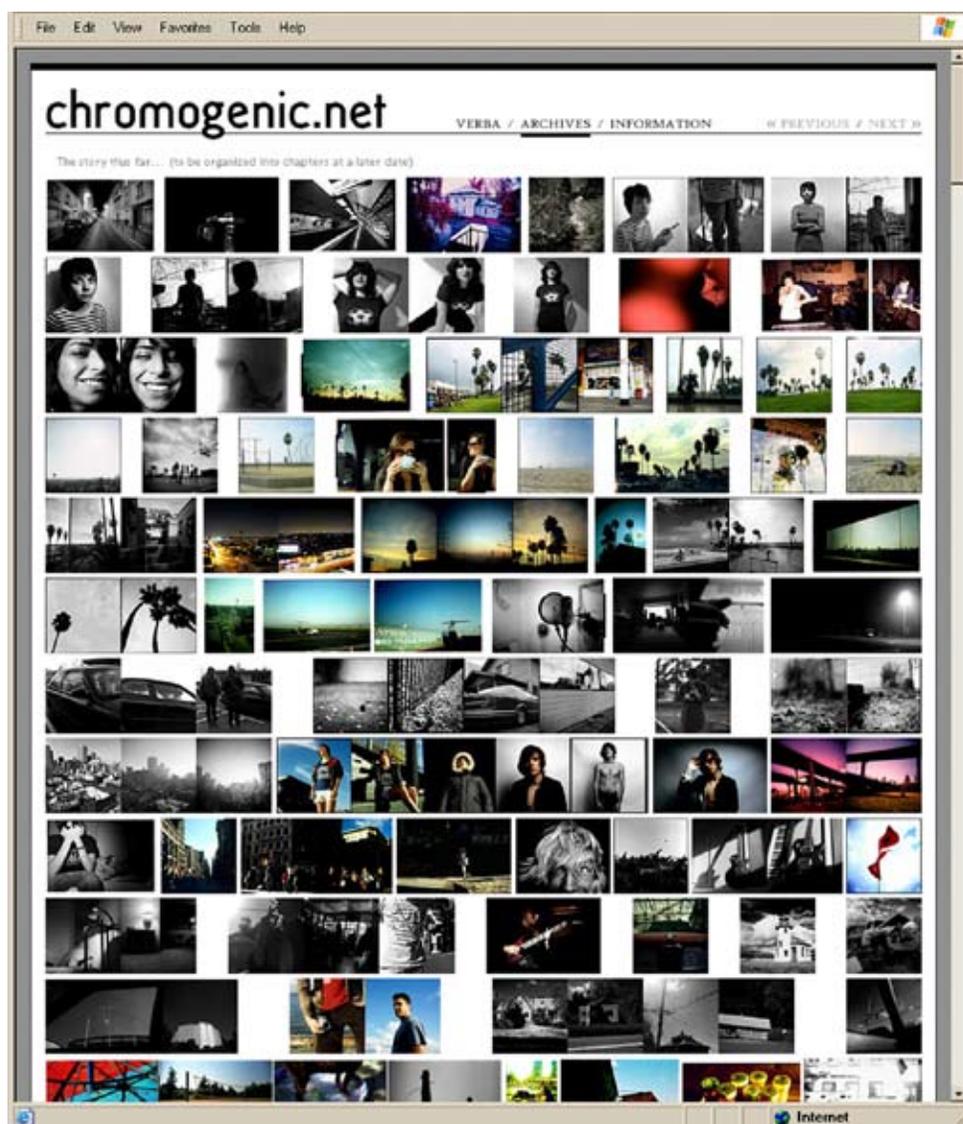
идей всегда, так или иначе, неточность обнаруживается, и репутация источника значительно повышается или понижается в зависимости от качества информации. Тем временем читатели блогов развивают в себе способность критически относиться к тому, что они читают в режиме онлайн.

Блоги и родственные им публичные медиа будут продолжать совершенствоваться. Они раскрепостили голос народа. Раньше в американских СМИ действовало старое правило, что свобода прессы принадлежит тем, кто владеет этой прессой. В новую эру цифровых средств информации все мы владеем прессой — и чем больше голосов, тем лучше.

Мнения, высказываемые в этой статье, не обязательно отражают точку зрения или политику правительства США.

Фотоомонтаж: число блоггеров во всем мире ежедневно растет. Среди миллионов блогов в Интернете есть блоги на китайском, арабском, португальском и японском языках. (Все фотографии от AP/WWWP)





Альбомы онлайн

Фотографы научились использовать в своем искусстве новые возможности, связанные с Интернетом. Многие фотоблоги — это визуальные сетевые журналы, в которых отражается летопись жизни семьи, друзей или деятельность общественников. Другие похожи на галереи, которые предоставляют фотографиям место, чтобы показать свои работы аудитории без вмешательства издателей или патронов.

Используя технологию, которая позволяет легко загружать, распространять и показывать изображения, некоторые фотоблоги начинались просто как способ разделить какое-либо семейное торжество с родственниками и друзьями, живущими по всей стране. Вскоре и другие посетители, используя поисковые системы Интернета, нашли дорогу к личным фотоблогам, и

семейные фотоальбомы стали доступны более широкой аудитории.

Фотоблоги — это новое уникальное средство информации, рожденное Интернетом, которое привлекает все большую и большую аудиторию, ибо картинки любят абсолютно все.

Госдепартамент США не несет ответственности за содержание и доступность фотоблогов

Фотограф Джастин Уллетт, которому 23 года, показывает свои работы и рассказывает о своей жизни в городе Портленд, штате Орегон, в *chromogenic.net*. Он также описывает свои эксперименты, типа проявления пленки в кофе и витамине С. «Я не химик, понятия не имею, как это работает, но это таки-работает».

(Джастин Уллетт, <http://chromogenic.net>)

My Unblinking Eye >>



"Star of India"

The Star on India in San Diego goes to sea only one weekend a year. You can not buy a ticket to get on the ship. You must be invited to go. I was lucky enough this year to be one of the invited. It really is an amazing experience to be sailing on the oldest sea worthy steel hull ship in the world.

Snapped by Marc Balanky / on 05.11.18 11:06 / Permalink / Comment



Navigation icons: <<< << < Current > >> >>>

FRAMES OF LIVING

4. Historical background with
www.venture.com

Summer 2008 - 2010



Albums

- Album 1 (11)
- Album 2 (12)
- Album 3 (13)

Albums

- Album 4 (14)
- Album 5 (15)
- Album 6 (16)
- Album 7 (17)
- Album 8 (18)
- Album 9 (19)
- Album 10 (20)
- Album 11 (21)
- Album 12 (22)
- Album 13 (23)
- Album 14 (24)
- Album 15 (25)
- Album 16 (26)
- Album 17 (27)
- Album 18 (28)
- Album 19 (29)
- Album 20 (30)
- Album 21 (31)
- Album 22 (32)
- Album 23 (33)
- Album 24 (34)
- Album 25 (35)
- Album 26 (36)
- Album 27 (37)
- Album 28 (38)
- Album 29 (39)
- Album 30 (40)
- Album 31 (41)
- Album 32 (42)
- Album 33 (43)
- Album 34 (44)
- Album 35 (45)
- Album 36 (46)
- Album 37 (47)
- Album 38 (48)
- Album 39 (49)
- Album 40 (50)
- Album 41 (51)
- Album 42 (52)
- Album 43 (53)
- Album 44 (54)
- Album 45 (55)
- Album 46 (56)
- Album 47 (57)
- Album 48 (58)
- Album 49 (59)
- Album 50 (60)

Вверху: Фотоблог Марка Баланки демонстрирует диапазон его возможностей как профессионального фотографа: от путешествия под парусом до рок-концертов и рекламы. С помощью своей камеры Марк показывает также свой родной город Сан-Диего, Калифорния, который он называет «самым прекрасным городом Америки».
(Marc Balanky, PhotoSanDiego.com (<http://www.photosandiego.com>))

Внизу: Фестиваль разноцветных воздушных шаров в Альбукерке, штат Нью-Мексико, — одна из многих фотографий западных районов Соединенных Штатов на фотоблоге Тони Пула <http://vivo.my-expressions.com>. «Я живу, то есть переживаю все, что происходит в жизни, потом вновь возвращаюсь к пережитому и рассказываю о нем с помощью слов и изображений. Приглашаю вас в любое из моих путешествий, можете наблюдать его изнутри, снаружи или вверх ногами».
(Tonya Poole, www.adventurejournalist.com)



BUSY BUSY BUSY

Excuse us. We have people to see, places to go, aaaaaand we're very very BUSY.

ONFOCUS



Ultimate Champs Stanford

may 31st

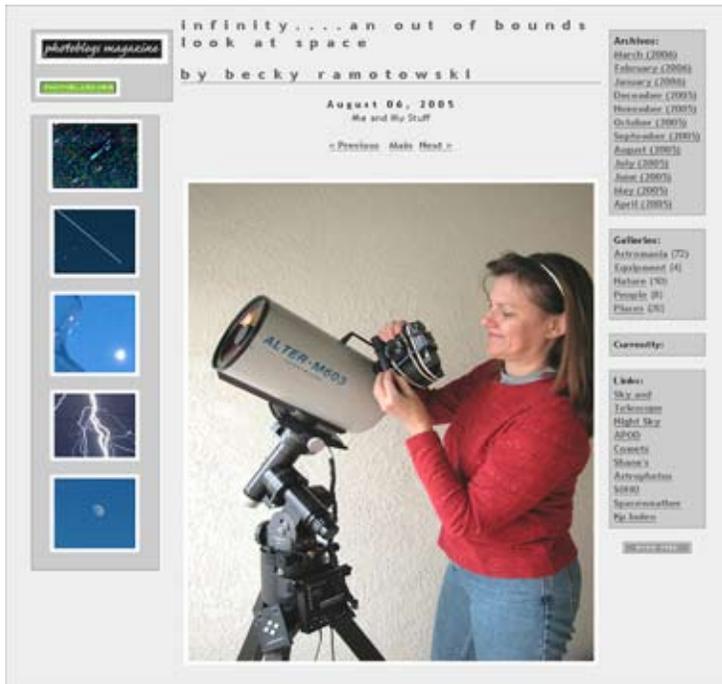


copyright 1998-2006 paul bausch · rss · all photos · back to onfocus

Вверху: Джордж Иллес — инженер-эколог в округе Ориндж, Калифорния. Фотография — его хобби. Каждый день он добавляет по одной фотографии на свой блог, пытаясь научиться видеть необычное в обычном. «Фотоискусство — это напоминание мне самому о том, что я не должен покорять Эверест, писать «великий американский роман» или «становиться кем-либо», чтобы видеть, что каждое мгновение уникально. Ведь на самом деле обычных мгновений не бывает. Только уникальные». Его работы можно посмотреть на сайте www.jargonhunter.com.

(С разрешения: George Illes)

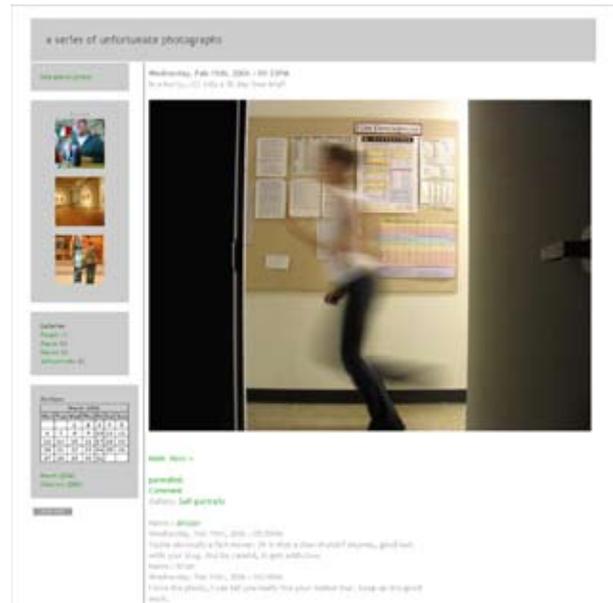
Внизу: Победители последнего национального чемпионата по фризби на фотографии с блога Пола Боша, <http://www.onfocus.com>. Пол — разработчик веб-приложений и автор, пишущий по вопросам технологии, из города Корваллис, штат Орегон. Он издал несколько книг о новых технологиях, которые обсуждал на своем сайте, где также размещены его фотографии. «Я люблю фотографировать», — просто говорит он. (Авторское право © Paul Bausch)



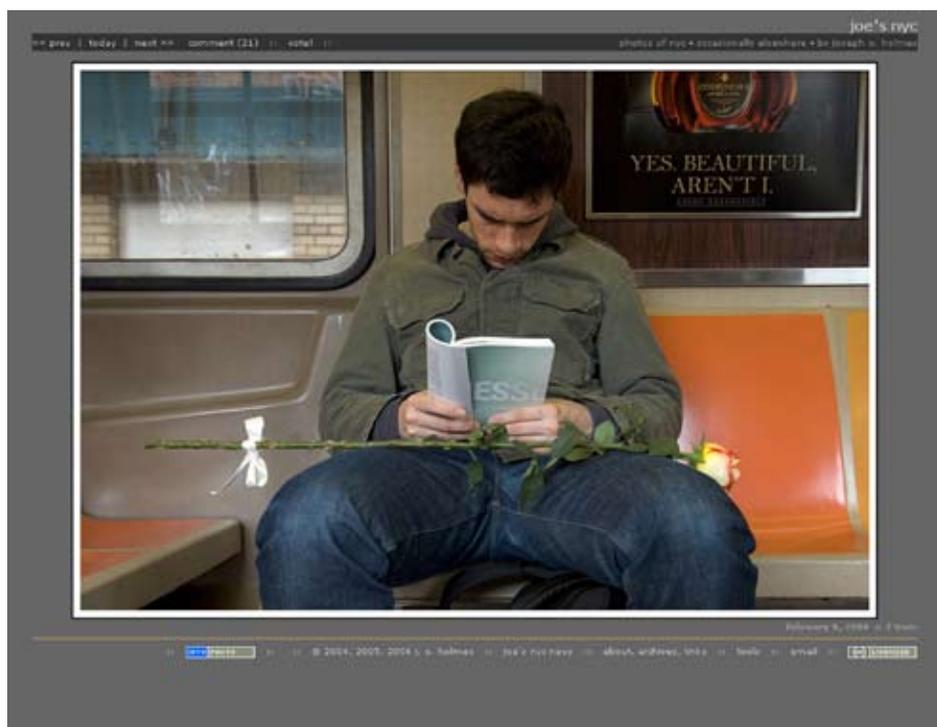
Вверху слева: Автопортрет Бекки Раматовски с оборудованием для фотографирования неба — звезд, лун, и планет. Она астроном и начала блог, по ее словам, из-за Луны. «Нам повезло, что у нас есть Луна. У Меркурия и Венеры лун нет. У Юпитера больше всех — шестьдесят три. Без Луны у нас не было бы затмений, и ничем нельзя было бы объяснить наше странное поведение.» (Becky Ramotowski, <http://infinity-my-expressions.com>)



Вверху справа: Эта фотография маленького мальчика в плавательном бассейне. Она типична как отражение каждодневных событий на сайте <http://photo.bfpmedia.com>. Это снимок из хроники фотографа о ее жизни на Гавайях. (Кристина Фрон)



Внизу: В фотоблоге Бренды Файк схвачены моменты ее жизни: «Торопитесь — бесплатно только в течение 30 дней!». В парикмахерской, игра боулинг, в торговом центре — пример того, как обычные сюжеты приобретают необычную форму в ее галереи. (Авторское право © Brenda Fike, <http://bkf.my-expressions.com>)



Вверху: Мальчик, бегущий по полю на ферме, был сфотографирован Кэтлин Коннелли для ее фотоблога *A Walk Through Durham, Pennsylvania* (Прогулка по городу Дарем, штат Пенсильвания). Коннелли начала свой блог в 2003 году, в основном, чтобы практиковаться в фотографии и запечатлеть жителей и места рядом с домом. Кэтлин пишет: «Некоторые изображения работают, некоторые нет. И вы свидетель моей ежедневной работы!»
 (Авторское право © Kathleen Connolly, www.durhamtownship.com)

Внизу: Молодой человек в подземке Нью-Йорка — одна из сценок, которые заполняют фотоблог *joe's nyc*. В 2006 году Джо Ходмс стал преподавать цифровую фотографию в Нью-Йоркском университете.
 (Авторское право © Joseph O. Holmes, <http://joesnyc.streetnine.com>)



Устанавливая связи с миром

Новинки информационных технологий стали доступны людям. Используя их, они могут легко выйти за пределы их привычного круга общения. Они могут развивать отношения с новыми людьми, у которых с ними общие интересы или устремления, но совершенно разные происхождение и опыт. В век информации каждый день может принести в человеческие взаимосвязи нечто непредсказуемое.

В приводимых ниже статьях мы рассказываем о нескольких сообществах в Интернете, который помог их участники найти друг друга. Они создали критическую массу, которая оказалась достаточной, чтобы активизировать совместные занятия. В противном случае, возможно, этого никогда бы не произошло.

Фотомонтаж: Люди, объединенные интересами, но разделенные географически, могут коллективно пользоваться информацией, участвовать в обсуждении идей и поставленных перед собой целей на таких сайтах, как *Native Youth Magazine.com*, *Youth Radio*, и *Wikipedia*
(С разрешения: *Native Youth Magazine.com*, *Youth Radio* и *Wikipedia*)

Разговор на многих языках



По данным общества «Интернет», английский язык долго доминировал в Интернете и составлял приблизительно 83 процента его общего содержания. Но если Вы посетите страницы *Википедии* [<http://www.wikipedia.org>] — свободной интернет-энциклопедии, которая представляет собой плод коллективного труда, вы найдете большое разнообразие языков. Статьи в этой энциклопедии и ее других коммуникационных проектах [<http://www.wikipedia.org>], доступны на многих языках — от Эсперанто до навахо. Но английский, немецкий, французский, польский и японский все-таки преобладают в Википедии.

«Это началось с претендента и естественно стало быстро развиваться, — говорит Сэмюэл Клейн, один из сотен администраторов, осуществляющих мониторинг многоязычного содержания сайтов Википедии. — Новые люди, которые владеют несколькими языками, видят, что подобное сообщество существует, находят

интересующие их страницы и присоединяются к тем, кто посылает материалы на них».

Начиная с 2001 года — года рождения *Википедии*, она выросла до электронного издания, на которое работает всемирный штат добровольных участников. Эти участники — теперь их около 30 000 — могут писать, редактировать, переводить, расширять и корректировать статьи — свои собственные или созданные другими пользователями. Замечательно, что, несмотря на растущие масштабы и сложность проекта, *Википедия* продолжает развиваться. Относительно слабая неиерархическая организация привлекла много авторов из стран, где не говорят по-английски.

Международный характер *Википедии* также привлек Клейна, который живет в Бостоне. «Я начал вести список адресатов в начале прошлого года, чтобы стимулировать пользователей регистрироваться в качестве переводчиков, если у них есть некоторый навык и интерес к переводам, — объясняет он. — И теперь можно быстро составить список людей, которые, например, на определенном уровне владеют испанским языком. Люди также начали добавлять информацию к своим страницам о том, какими навыками владеют в различных языках».

Переводы делаются, потому что людям интересны какие-то темы, потому что кто-то к кому-то отослал, а иногда просто случайно. «Например, если я пишу статью об ананасах, и другой человек пишет статью об ананасах на испанском языке, мы, возможно, не знаем, что другая статья существует, — объясняет Клейн. — Может прийти третий человек, увидеть, что есть статья об ананасах на английском языке и другая родственная статья на испанском языке, вероятно, с аналогичным содержанием и сделать линк между ними». Статьи могут иметь линки со статьями на схожие темы на других языках. Каждый день в Интернет попадает около 2000 новых статей на английском языке и приблизительно 4000 — на других языках.

Получили распространение другие продукты *Википедии*, все они — плод коллективных усилий, и большинство из них доступно на многих языках сразу. Они включают *Wiktionary*, многоязычный словарь; *Wikiquote*, сборник высказываний отдельных людей, а также цитаты из книг, поэтических сборников и фильмов; *Wikibooks*, с учебными пособиями, сборниками для практических занятий и руководствами; *Wikisource*, многоязычная библиотека источников, и ежедневное издание *WikiNews*.

Почему «Wiki»? Вики — это часть программного обеспечения сервера, которая позволяет пользователям свободно создавать и редактировать содержание страницы в Интернете, используя любой браузер. Wiki располагает линками, имеет простой текстовый синтаксис для создания новых страниц и перекрестные линки между внутренними страницами.

— С сайта WikiWay

Пользователи могут объявить другим пользователям о новой или интересной информации, доступной для перевода. Пользователи *Википедии* могут определить местонахождение других пользователей со знанием иностранного языка и направить запрос о переводе.

Переводчики *Википедии* также делают перевод Инициативы Недели, в рамках которой голосованием выбирается необычный проект или статья. Руководство по стилю советует, как делать переводы, и объясняет, как сделать линки с переводами на другие языки.

Один из последних проектов вообще не связан с языками. *Wikimedia Commons*, страница обширного сайта *Wikimedia*, является хранилищем аудио- и видеоматериалов, фото- и других графических изображений, разговорных текстов, видеоклипов и музыки. Эти страницы *Википедии* могут использоваться параллельно с ее другими страницами, каждодневно расширяя возможности Интернета для людей во всем мире.

Молодые американцы индейского происхождения реализуют свои мечты с помощью Интернета



Интернет предоставил коренным американцам — американцам индейского происхождения, возможность общаться со своими ровесниками, обмениваться информацией о своих общинах и культуре и вдохновлять друг друга на реализацию своей мечты. Сайт *Native Youth Magazine.com* [<http://www.nativeyouthmagazine.com>] был открыт 1 июля 2005 года, и уже через шесть месяцев его посещало около 2 миллионов человек в месяц.

Этот сайт был создан репортером телевизионных новостей Мэри Ким Титлы, и она, несомненно, решила задачу, которую она перед собой поставила: создать Интернет-журнал, где будут представлены таланты, идеи и образ жизни молодых американцев индейского происхождения. Сайт приглашает подростков и молодежь в возрасте от 12 до 25 лет присылать свои статьи, поэзию, фотографии и художественные работы. Журнал предназначен для коллективного использования информации, а также для развития талантов его читателей.

Молодые американцы индейского происхождения со всех концов Соединенных Штатов и Канады откликнулась на призыв сайта, и их рассказы появляются в секции «Профили». 23-летний индеец из племени чокто, штат Миссисипи, пишет: «Я горд, что у нас все еще есть наш язык чокто и культурное наследие. Мое племя делает все, чтобы сохранить их!». 14-летний подросток из племени навахо, штат Аризона, так пишет о своей земле: «Племя навахо проживает в штатах Юта, Аризона и Нью-Мексико на площади 27 000 квадратных миль (приблизительно 70 000 квадратных километров)... это земля непревзойденной красоты». 18-летний юноша из Висконсина говорит: «Я из тех, кто живет у Красной скалы на Озере Верхнем, из племени чиппева. ... Моя

цель на будущее — играть в баскетбол в колледже».

В разделе «Новости» читатели находят сообщения о самых разных событиях, например, о выставке произведений искусства, созданных молодыми индейцами, о курсе по культуре американских индейцев, который предлагает колледж, об университетской программе бесплатного обучения для студентов из семей с низким доходом, о назначении нового руководителя «Инициатива Белого дома в отношении высших учебных заведений американских индейцев». На сайте *Native Youth Magazine.com* помещаются также новости спорта, фотографии, календарь культурных событий и имеется доска сообщений.

Мэри Ким Титла, которая происходит из племени апачи из Сан-Карлоса, 18 лет проработала репортером телевизионных новостей в штате Аризона. Глубокий интерес к индейцам и особенно к молодежи из индейских племен руководил Мэри Ким Титлой в создании сайта *Native Youth Magazine.com*. Чтобы узнать, что молодые индейцы хотели бы видеть на сайте, она провела опрос онлайн и поговорила со своими тремя сыновьями (10, 15 и 19 лет), а также с племянницами, племянниками и другими молодыми индейцами. «Отовсюду от молодых американцев индейского происхождения поступают советы, — говорит она, — потому что этот сайт — для них».

В декабре 2005 года Титла ушла из телевизионных новостей, чтобы все свое время посвятить сайту *Native Youth Magazine.com*. «Мне нравилось быть журналистом телевизионным новостей, — сказала она, — но я уверена, что мое призвание теперь формировать авторов из среды молодых американцев индейского происхождения, и с помощью журнала я могу продемонстрировать их таланты и образ жизни».

Молодые голоса на радио



Двадцать четыре часа в день, семь дней в неделю зрители могут настроиться на волну *Веб-Радио (Web Radio)* на сайте <http://www.youthradio.org/webradio>, чтобы слушать музыку и рассказы о жизни молодежи. Созданное для того, чтобы держать молодых людей в курсе того, что происходит в мире, интернет-радио предлагает новости, комментарии и новинки популярной музыки.

Веб-Радио — естественное продолжение деятельности Молодежного радио (*Youth Radio*), медиа-организации, которая занималась развитием молодежи и готовила радиопрограммы, начиная с 1992 года. Молодежное радио был основано радиожурналистом Эллином О'Лери. Его миссия состоит в том, чтобы «способствовать интеллектуальному, творческому и профессиональному росту молодых людей с помощью обучения и доступа к СМИ и создавать высококачественную

медиа-продукцию для местных и общенациональных радиостанций». Молодые люди пишут, записывают и выпускают свои собственные программы под руководством взрослых профессионалов.

Тематика, охватываемая Молодежным радио, столь же разнообразна, как и интересы сегодняшней молодежи — от каждодневных проблем типа, как ужиться с одноклассниками, до войны с терроризмом. Недавние международные сообщения включали: рассказ о 26-летней женщине-кандидате в парламент Афганистана, рассказ чернокожего студента о том, как он приспособился к университетской жизни в Кейптауне, Южная Африка, и рассказ молодого американца, который жил в Лондоне во время взрывов бомб в подземке в 2005 году.

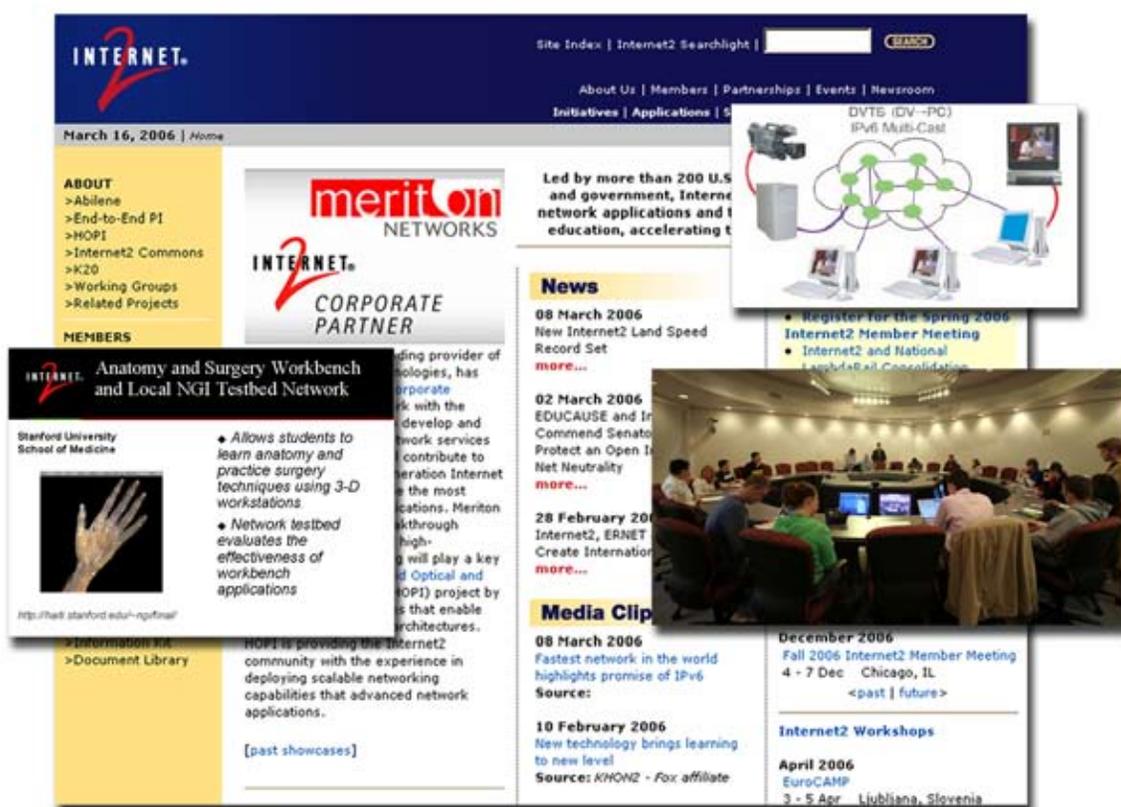
Молодежное радио можно услышать на всей территории Соединенных Штатов в передачах Национального общественного радио (*National Public Radio*) и на местных коммерческих и некоммерческих радиостанциях, включая несколько испаноязычных станций. Помимо *Веб-Радио*, зарубежные слушатели могут настроиться на программы Молодежного радио на Би-би-си (Британская радиовещательная корпорация) и Си-би-си (Канадская радиовещательная корпорация). Центральное бюро Молодежного радио находится в Беркли, Калифорния, но оно имеет офисы в Вашингтоне, Атланте и Лос-Анджелесе. Корреспонденты Молодежного радио работают на всех континентах.

Молодежное радио, при поддержке благотворительных фондов, корпоративных спонсоров и правительственных организаций, проводит бесплатные учебные курсы по организации работы радио, созданию веб-видеопродукции и подготовке музыкальных передач. Молодежь из Беркли в возрасте от 14 до 17 лет может посещать 12-недельные курсы, которые ведут профессиональные журналисты, звукоинженеры, музыкальные продюсеры и программисты.

80 процентов слушателей курсов имеют низкий доход, и 80 процентов молодежи из цветного населения.

«Но техническое обучение — это только одна из задач, которые ставит перед собой Молодежное радио. Развивая журналистские навыки, учащиеся в программах Молодежного радио также развивают свои жизненные навыки: как выражать себя устно и письменно, как использовать компьютеры, как научиться критически мыслить, разрешать конфликтные ситуации и прочее. ... Окончившие обучение уверенно вступают в жизнь с ощущением, что у них есть твердая база для получения профессионального образования в будущем и реальные навыки и контакты для этого».

Мнения, высказываемые в этой статье, не обязательно отражают точку зрения или политику правительства США.



Интернет2 — создание Интернета завтрашнего дня

Хидер Бойлес

Широкий международный консорциум, в состав которого входят университеты, научно-исследовательские центры, корпорации и правительственные агентства, занят созданием Интернета завтрашнего дня. В рамках этого сообщества ученым и разработчикам предоставляется возможность проводить исследования и осуществлять коллективные начинания, которые способствуют дальнейшему внедрению новшеств, более широкой кооперации и более качественному образованию.

Хидер Бойлес возглавляет международную группу в проекте Интернет2.

Фотомонтаж: Международный консорциум работает над созданием Интернета следующего поколения. Его усилия уже позволили провести учебные демонстрации в режиме реального времени с помощью высококачественного цифрового видео, создать и использовать трехмерные цифровые изображения редчайших экспонатов из музеев мира, подсоединять дорогое научное оборудование, типа электронных микроскопов, к сетям, позволяя таким образом многочисленным исследователям в разных странах использовать его. (По часовой стрелке сверху слева). С разрешения: <http://www.internet2.edu> (2), Университет Брэдли, Стэнфордский университет

Internet2 — это некоммерческий консорциум со штаб-квартирой в США, в который входят 208 американских университетов с обширной исследовательской базой, работающих в партнерстве с 70 корпорациями, почти 50 правительственных агентств, лабораторий и ассоциаций и 45 зарубежных партнеров. Целью консорциума является развитие, развертывание и использование передовых интернет-технологий для ускорения создания Интернета завтрашнего дня. Чтобы дать возможность исследователям, ученым и студентам участвовать в этом исследовании передовой технологии, *Internet2* развернул в Соединенных Штатах высокоэффективную сеть под названием Абилин. Сеть соединяет 240 организаций-участников *Internet2*, 34 государственных образовательных сети и аналогичные передовые исследовательские сети в других странах. Абилин проектируется с расчетом на ультрасовременные возможности сети, чтобы предоставить пользователям скорости, в тысячи раз превышающие типичные домашние широкополосные соединения.

Internet2 и его партнеры работают для того, чтобы коренным образом изменить образ нашей жизни, способ обучения, навыки работы и формы развлечений. Наше

сообщество уверено, что эта сеть будет иметь в будущем целый набор новых областей применения — виртуальные коллективные среды общения, имитационные модели для трудоемких вычислений в режиме реального времени, видео высокой четкости по заказу, не уступающее по качеству телевидению высокой точности, и другие инновации, которые, скорей всего, сегодня и представить себе нельзя. Студенты со всего мира уже могут в реальном времени наблюдать подводные исследования, которые ведутся знаменитым океанографом Бобом Баллардом. При этом используется технология видеоконференций, обеспечивающая качество *DVD*. Другой пример — препарирование анатомических образцов в лабораториях, находящихся за тысячи миль, дистанционными хирургическими инструментами. Метеорологи Национальной администрации по океану и атмосфере используют Абилин, чтобы ускорить и сделать более точными прогнозы о приближении ураганов и штормов. Астрономы управляют телескопами, расположенными в отдаленных регионах, на Гавайях и в Чили, не покидая стен своих институтов.

Как показывают эти примеры, научные исследования и образование все больше и больше становятся плодом коллективных усилий, зависят от синхронного доступа к аппаратуре и информации, и требуют одновременной работы специалистов, разбросанных по всему миру. Американским исследователям уже недостаточно доступа к новейшей специализированной сетевой инфраструктуре США. Такая же высокоэффективная специализированная сетевая инфраструктура необходима в международном масштабе. Чтобы поддерживать и продвигать это международное сотрудничество, *Internet2* создал программу международных связей, что обеспечит сотрудничество с подобными организациями во всем мире и связь американской сети *Internet2* с аналогичными сетями в других странах. Участники проекта *Internet2* уверены, что глобальное сотрудничество будет способствовать внедрению технологических новинок во всех областях, начиная с науки и медицины и кончая искусством, и ускорит экономический рост в развивающихся странах.

Сегодня многие страны создали специализированные, высокоэффективные общенациональные научно-ис-

следовательские и образовательные сети, чтобы оказать поддержку своим ученым и профессорам. Такие сети существуют почти во всех странах Западной, Центральной и Восточной Европы, в большинстве стран Азиатско-Тихоокеанского региона, во многих странах Юго-Восточной и Южной Азии — и их число увеличивается, а также в нескольких странах Северной Африки и Латинской Америки.

Ценность каждой общенациональной сети будет возрастать по мере того, как отдельные сети будут объединяться, чтобы создать глобальную сетевую инфраструктуру для научных исследований и образования.

Сегодня типичная общенациональная сеть должна быть соединена всего с одной или двумя подобными сетями в

других странах, чтобы войти в международное исследовательское сообщество. Эта высокоэффективная сетевая инфраструктура используется тысячами исследователей в десятках странах, участвующих в экспериментах по созданию Большого адронного коллайдера (*Large Hadron Collider*), проводимых Европейским центром ядерных исследований в Женеве, Швейцария. Коммерческий Интернет просто не способен к передаче больших массивов информации, которыми должны обмениваться научно-исследовательские институты, участвующие в экспериментах подобного масштаба.

Общенациональные сети также делают возможным сотрудничество в самих странах и на международном уровне в области искусства, гуманитарных наук и медицины. Например, проект Стэнфордского Университета *HAVNet* (Тактильно-аудио-

визуальная сеть на основе технологии *Haptic*, позволяющей создавать у пользователя ощущение контакта с реальной поверхностью) предоставляет возможность экспертам, находящимся далеко от учебных лабораторий, вести у студентов-медиков практикумы по хирургии. Используя виртуальные руки при препарировании, выполняя хирургические операции на тренажерах или наблюдая за операциями на расстоянии, студенты, территориально находящиеся в разных местах, могут

Фотомонтаж: Консорциум *Internet2* включает 208 американских исследовательских институтов, 70 корпораций, около 50 правительственных агентств, лаборатории и ассоциации и более 45 зарубежных партнеров. (С разрешения: <http://www.internet2.edu>)



одновременно участвовать в работе класса. Более того, специалисты со всего света могут виртуально объединяться, чтобы работать со студентами над уникальными заданиями. С помощью новейшей технологии они могут в буквальном смысле, физически, управлять руками студентов, когда те выполняют операции на хирургических тренажерах. Этот тип интенсивного обучения готовит более информированных, более подготовленных студентов-медиков, которые могут сформировать больше практических навыков до того, как войдут в настоящую операционную.

Недавний симпозиум по вопросам цифровой библиотеки Среднего Востока, который проводился Национальным фондом науки США, показал, что гуманитарные науки также могут извлечь пользу из этого глобального объединения отдельных национальных сетей.

Драгоценные экспонаты из музеев стран Среднего Востока теперь переводятся в цифровую форму, многие — с использованием технологии магнитного резонанса для получения трехмерных изображений объектов. С помощью высокоэффективных исследовательских и образовательных сетей научные работники во всем мире смогут изучать редкие произведения искусства, манипулируя их виртуальными трехмерными изображениями на расстоянии. Теперь доступ к экспонатам обеспечен гораздо большему числу ученых, чем раньше, когда можно было только физически брать их в руки и рассматривать.

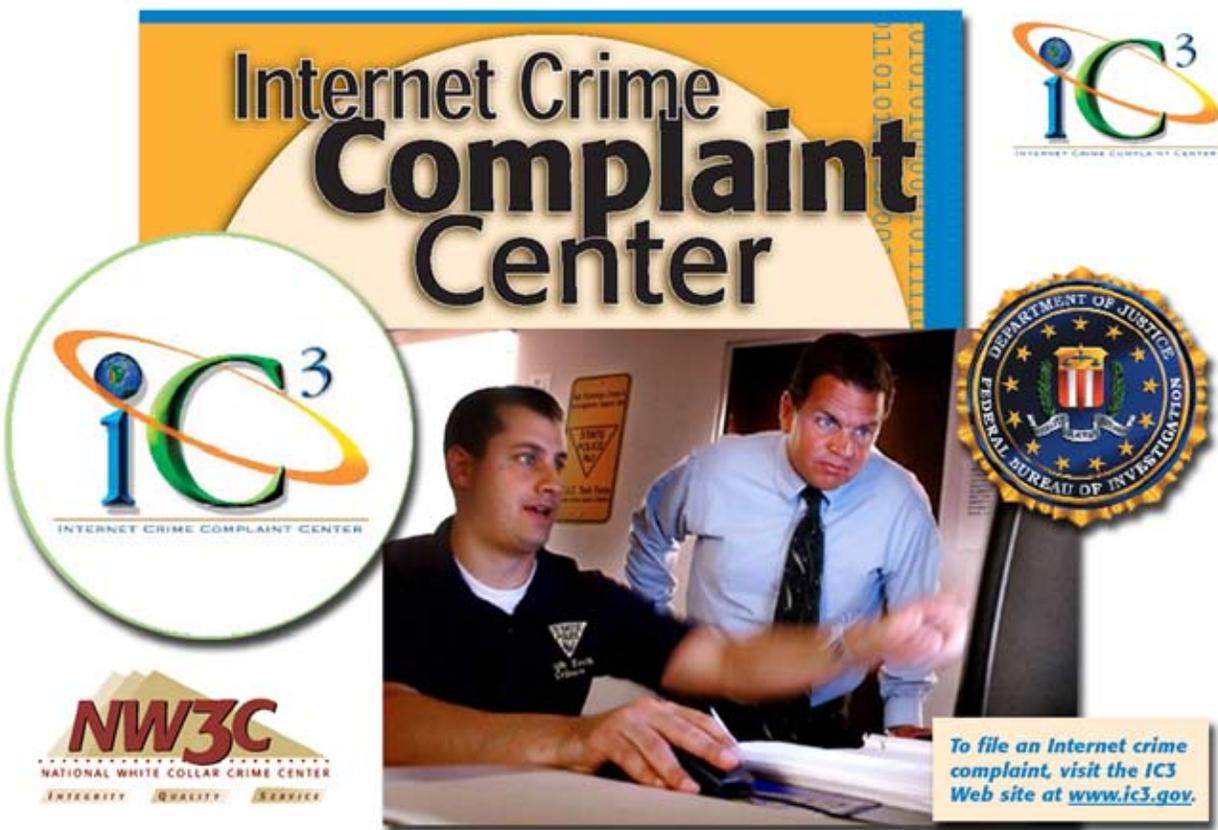
Учитывая цели высшего образования и научной деятельности, в развивающихся странах в точности также, как в развитых, необходимо найти ресурсы для объединения отечественных университетов друг с другом, а затем с зарубежными университетскими сетями. Развивающиеся страны все больше рассматривают общенациональные сети как важный способ развития своих образовательных и научных институтов. Например, сканирование электронным микроскопом — инструмент, использующим элементарные частицы, называемые электронами, а не свет, для получения изображения — обычно слишком дорого, чтобы каждый университет мог себе это позволить. Но при подключении этих микроскопов к высокоэффективной сети пользователи получают возможность управлять микроскопом на

расстоянии и исследовать образцы с помощью высококачественного цифрового изображения.

В развитых и развивающихся странах получение лучшего доступа к базовой телекоммуникационной инфраструктуре оказалось решающим для формирования общенациональных сетей. Во многих странах общенациональные сети, в свою очередь, сыграли ключевую роль в развитии новых коммуникационных инфраструктур. Например, в Польше общенациональная сеть в партнерстве с железнодорожной компанией участвовала в прокладке нового оптико-волоконного кабеля по всей стране. Теперь ПИОНЕР, общенациональная исследовательская и университетская сеть Польши, имеет доступ к «темному» волокну (оптико-волоконный кабель, который проложен, но еще не используется) — материалу для построения высокоэффективной сети — и больше не зависит от традиционных телекоммуникационных услуг провайдера. Польша, Чешская республика, Словакия и другие страны Восточной Европы — все последовали этой модели, время от времени опережая общенациональные сети западноевропейских стран в их способности получить доступ к высокоскоростной волоконной инфраструктуре.

Internet2 и его международные партнеры продолжают строить специализированную, высокоэффективную сетевую инфраструктуру для удовлетворения потребностей мирового сообщества в проведении исследований, обучении и образовании. Достижения мирового сообщества, основанные на опыте Интернета2, и его стремление к построению передовой инфраструктуры сети приведут к созданию более эффективного, более быстрого, более надежного и более безопасного Интернета. Действуя в этом направлении, мы сможем по-новому производить научные исследования, вести бизнес, получать образование везде, где бы мы ни находились, и в любое время и объединять людей в обществе и семье. Исследовательское и образовательное сообщество уверено, что подобный Интернет будет создан объединенными усилиями таких организаций, как *Internet2*, по всему миру.

Мнения, высказываемые в этой статье, не обязательно отражают точку зрения или политику правительства США.



Борьба с преступностью в Интернете

Дэниел Ларкин

Бизнес в режиме онлайн перевел и преступления в режим онлайн. Правоохранительные ведомства разработали новые методы и установили новые отношения между собой, чтобы бороться с преступниками в киберпространстве.

Дэниел Ларкин, руководитель подразделения в Центре рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете при Федеральном бюро расследований (ФБР).

Фотомонтаж: Центр рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете при ФБР — это то место, куда поступают жалобы граждан на противозаконные действия онлайн. Центр сопоставляет информацию от, возможно, сотен жертв одного и того же преступника и составляет дело для правоохранительных органов. (Все фотографии AP/WWP, логотипы — с разрешения Центра рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете)

Центр рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете занимается учетом жалоб от граждан Соединенных Штатов и других стран на противозаконные действия в Интернете. Анализируя заявления, подаваемые в режиме онлайн, и привлекая к работе целую команду экспертов, этот центр осуществляет свою деятельность в интересах граждан, а также американских и международных правоохранительных органов, которые расследуют преступления в Интернете.

Понятие «преступность в Интернете» или киберпреступность охватывает любые противозаконные действия, связанные с использованием одного или нескольких интернет-компонентов — веб-сайтов, чатов или электронной почты. Понятие киберпреступность также включает широкий спектр действий: невыполнение заказов на товары или непредоставление услуг, несанкционированное проникновение в компьютерные системы (взлом), нарушение прав интеллектуальной собственности, экономический шпионаж (кража коммерческих секретов), вымогательство, отмывание денег в международном масштабе, кража идентификационных данных личности. Перечень правонарушений в Интернете постоянно увеличивается.

Преступность становится онлайнной

Идея создания Центра возникла в 1998 году вслед за всеобщим признанием того факта, что преступность проникает в Интернет вслед за бизнесом. Для ФБР необходимо было уметь отслеживать подобную деятельность и разработать методы расследования, специфические для данного типа преступлений.

Тогда не было ни одного учреждения, куда граждане могли бы сообщать о преступлениях в Интернете, и ФБР хотело отделить преступления в Интернете от других правонарушений, о которых обычно сообщают в местное полицейское управление, ФБР и другие федеральные правоохранительные органы, Федеральную комиссию по торговле или Почтовую инспекционную службу США (правоохранительное подразделение Почтовой службы США).

Первый офис, созданный в 1999 году в городе Моргантаун, штат Западная Вирджиния, назывался Центр рассмотрения жалоб о мошенничестве в Интернете. Его деятельность осуществлялась в партнерстве с ФБР и Национальным центром по борьбе с преступностью «белых воротничков». Это была некоммерческая структура, которая действовала под эгидой Министерства юстиции США и главная цель которой состояла в укреплении потенциала штатских и местных правоохранительных органов в выявлении и пресечении экономических преступлений и киберпреступлений.

В 2002 году, после уточнения определения киберпреступности, которая стала охватывать преступления, начиная от обычного мошенничества и кончая правонарушениями в режиме онлайн, центр был переименован в Центр рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете, и ФБР обратилось с призывом к другим федеральным структурам, таким как Почтовая инспекционная служба США, Федеральная комиссия по торговле, Секретная служба, помочь с комплектованием центра специалистами и поддержать его усилия по борьбе с киберпреступностью.

Сегодня в Центре рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете, который находится в городе Фэрмонт, штат Западная Вирджиния, работают шесть федеральных агентов и около 40 аналитиков из промышленных фирм и университетов, которые принимают от граждан жалобы о правонарушениях в Интернете, изучают их и направляют в соответствующие федеральные, штатские, местные или международные правоохранительные или регулирующие органы, а также специальные межведомственные группы для проведения расследований.

Граждане в любой стране мира могут подать жалобу на правонарушение в Интернете на веб-сайте Центра (<http://www.ic3.gov>). Для этого они должны указать свои имя, почтовый адрес и номер телефона, а также имя, адрес, телефонный номер и, по возможности, адрес в Интернете лица или организации, подозреваемых в совершении противозаконных действий, детали правонарушения, а также любую другую информацию в подтверждение жалобы.

Составление дела

Главная оперативная цель Центра состоит в принятии от гражданина жалобы, в которой речь идет о правонарушении с ущербом, например, в размере 100 долларов, и сравнить ее с информацией от 100 или 1000 других лиц в разных частях мира, потерявших деньги аналогичным образом, а затем как можно скорее составить конкретное дело.

Реальность такова, что большинство правоохранительных органов не могут расследовать дела с относительно небольшим ущербом: сумма в 100 долларов, возможно, находится ниже порога расследования. Большинство правонарушителей действуют в режиме онлайн с тем, чтобы расширить круг своих жертв и возможности получения наживы. Киберпреступность почти никогда не ограничивается одной жертвой. Таким образом, если специалистам Центра удастся связать воедино аналогичные жалобы и составить из них дело об ущербе в размере 10 тыс. или 100 тыс. долларов с количеством пострадавших от 100 до 1000, преступление приобретает больший вес и правоохранительные органы получают возможность расследовать его.

Иногда Центр помогает правоохранительным органам, проводя первоначальное изучение фактов и составление дела. Несмотря на попытки быстро составить дело и направить его на рассмотрение правоохранительных органов, в течение первых двух с половиной лет специалисты Центра отмечали, что не все специальные группы, занимавшиеся киберпреступностью, могли без задержки начать расследование преступлений в Интернете. Некоторые не имели потенциала для проведения секретных операций или необходимого оборудования для цифровой обработки данных, которые поступали из Центра. Таким образом, работа специалистов Центра по сбору данных и первоначальному составлению дел приобретала все большую важность.

Например, Центр может выявить 100 жертв преступлений и выяснить, что правонарушение было первоначально предпринято на сервере в Канаде, однако на самом деле этот сервер является всего лишь промежуточным звеном. Злоумышленники используют его как «точку рикошета» для сокрытия своего настоящего местонахождения. Поэтому аналитикам Центра необходимо как можно больше информации о такой «точке рикошета». Может быть, что кто-то в Техасе, Западной Африке или Румынии использует сервер в Канаде для сбора информации о своих жертвах.

Отраслевые союзы

Аналитики Центра пришли к выводу, что в технически сложных случаях лучше начать расследование как можно раньше. Для этих целей в рамках Центра была создана специальная структура, получившая название Отдел кибернетических инициатив и объединения ресурсов. Он находится в городе Питтсбурге, штат Пенсильвания. Аналитики Отдела отсеивают не соответствующую действительности информацию и четко выверяют обстоятельства дела перед тем, как от-

править его для расследования в местные или международные правоохранительные органы или структуры.

Отдел получает поддержку некоторых крупных организаций, являющихся главными объектами киберпреступников, в том числе компаний, осуществляющих свою деятельность в режиме онлайн, таких как «Майкрософт», *eBay/PayPal*, и «Америка онлайн», а также промышленно-торговых ассоциаций, таких как Альянс программного обеспечения для бизнеса, Ассоциация прямого маркетинга, Совет по торговым рискам, Индустрия финансовых услуг и других. Следователи и аналитики из этих организаций, многие из которых уже занимаются вопросами киберпреступности, присоединились к усилиям Отдела кибернетических инициатив в выявлении тенденций киберпреступности, составлении конкретных дел и содействии правоохранительным органам в разных странах мира.

В рамках Отдела кибернетических инициатив и объединения ресурсов работают федеральные агенты, специалисты промышленных предприятий и ученые, которые устанавливают, где и кем было совершено преступление, и как бороться с ним. Получив информацию от той или иной фирмы о конкретной проблеме, сотрудники Отдела принимают меры для обнаружения злостных правонарушителей и их задержания не только с целью привлечения их к ответственности, но и для того, чтобы больше узнать об их методах работы. После этого Центр рассмотрения жалоб информирует общественность о преступных схемах, поместив предостережение на своем сайте, или по другим каналам.

Основываясь на информации из жалоб от граждан и от компаний, следователи изучают проблемы вместе с партнерами из заинтересованных секторов экономики в течение 6-12 месяцев. Противоправные действия в Интернете включает, кроме прочих, следующие:

- **Пересылка:** Операции, в рамках которых на территории США участники преступного сговора или невольные соучастники получают посылки с электроникой или другими товарами, приобретенными с помощью поддельных или краденых кредитных карт,

переупаковывают их и отправляют дальше, обычно за границу. К тому времени, когда продавец узнает о том, что кредитная карта была поддельной, его товар находится уже в другой стране.

- **Преступный спам:** Массовые электронные рассылки без согласия получателя, которые используются для совершения финансовых махинаций, мошенничества с кредитными картами, кражи идентификационных данных личности и других правонарушений. Спам также может использоваться в качестве средства несанкционированного доступа к компьютерам и серверам и распространения вирусов или вредоносных

программ на другие компьютеры.

- **Фишинг:** Попытки кражи паролей или финансовой информации, для чего злоумышленники маскируются под заслуживающих доверие лиц или предпринимателей и используют якобы официальные (на самом деле фиктивные) электронные каналы связи, такие как электронная почта или веб-сайт.

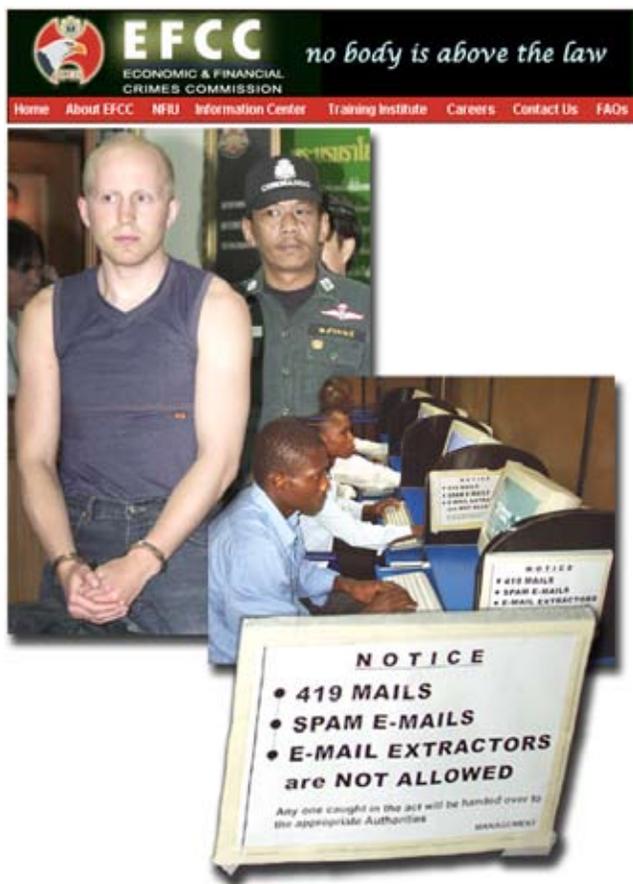
- **Кража идентификационных данных личности:** Происходит в том случае, когда правонарушитель использует краденые идентификационные данные личности другого человека для совершения мошенничества или иных неправомерных действий. Иногда требуется лишь небольшая толика личной информации для того, чтобы выдать себя за другое лицо.

Международный охват

Центр рассмотрения жалоб на противозаконные

действия в Интернете сотрудничает с международными организациями, такими как Комиссия по противодействию экономическим и финансовым преступлениям в Нигерии, где высокий уровень экономической и финансовой преступности, в том числе отываемые денег и мошенничество с использованием предоплаты, известное также как метод 419, приводит к серьезным негативным последствиям для страны.

Фотомонтаж: Ведя борьбу с киберпреступниками, Центр рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете и другие агентства США сотрудничают с такими международными организациями, как Комиссия по противодействию экономическим и финансовым преступлениям в Нигерии, и с правоохранительными органами в других странах. (Все фотографии AP/WIDE, веб-баннер — с разрешения Комиссии по противодействию экономическим и финансовым преступлениям в Нигерии)



Метод 419, называемый так, потому что нарушает Главу 419 Уголовного кодекса Нигерии, сочетает мошенничество, совершаемое от лица другого человека, с присвоением предоплаты. Потенциальная жертва получает письмо, сообщение электронной почты или факс от лиц, которые представляются нигерийскими или иностранными правительственными чиновниками и которые обращаются к нему с просьбой о содействии в размещении крупных денежных средств на счетах в зарубежных банках, предлагая за это определенную долю этих средств. Цель метода заключается в том, чтобы под разными предлогами убедить жертву отправить деньги автору письма несколькими порциями.

В Нигерии данный вид преступлений приобрел такой масштаб, что потребовалось создание специальной комиссии. За прошедшие полтора года, благодаря сотрудничеству с этой и другими структурами специалистов Центра рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете, удалось задержать много незаконно отправленных товаров и произвести аресты в Западной Африке.

Центр также тесно взаимодействует с канадской организацией, занимающейся борьбой с экономическими преступлениями в Интернете — РЕКОЛ. Работой этой организации руководит канадский Национальный центр по борьбе с преступлениями «белых воротничков» при поддержке канадской полиции и других структур. РЕКОЛ установил партнерские отношения с международными, федеральными и региональными

правоохранительными органами, регулирующими органами и частными коммерческими организациями, которые имеют законный интерес в получении информации об экономических преступлениях.

В борьбе с киберпреступностью принимает участие большая группа международных структур. Центр рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете сотрудничает с правоохранительными органами в разных странах, в том числе Австралии и Великобритании. Представители Центра принимают участие в регулярных встречах подгруппы «большой восьмерки» (Канада, Франция, Германия, Италия, Япония, Россия и Великобритания) по преступлениям в области высоких технологий, которая, кроме других задач, ведет борьбу с киберпреступностью и стремится укрепить потенциал для расследования таких преступлений.

Задачи Центра рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете и Отдела кибернетических инициатив постоянно становятся все более сложными. Сотрудники Центра постоянно анализируют свою работу, пытаются установить, что работает, а что нет. Они постоянно ищут нужных специалистов и источники необходимой информации, чтобы больше узнать о киберпреступности и разработать новые более эффективные методы борьбы с ней. Этот вопрос постоянно находится в поле зрения Центра рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете.

Что надлежит знать каждому пользователю Интернета

Известная американская организация по защите прав потребителей публикует правила пользования Интернетом

«Консьюмер рипортс веб-уотч»© 2006 «Консьюмерс юнион оф Ю-Эс, инк.»

Мы верим, что веб-сайты будут способствовать укреплению доверия к Интернету, если они примут следующие правила:

Идентификация:

- Веб-сайты должны четко сообщать свое физическое местоположение, включая их адрес, номер телефона или адрес электронной почты.
- Веб-сайты, как частные, так и государственные, должны объявлять, кто ими владеет, давая название своей материнской компании.
- Веб-сайты должны четко указывать свою цель и миссию.

Рекламы и спонсорство:

- Веб-сайты должны четко отделять рекламу от новостей и информации, используя метки или другие визуальные средства. Это включает в себя «внутреннюю» рекламу и соглашения о рекламном спонсорстве с другими компаниями. Поисковые системы, средства совершения покупок и порталы должны четко сообщать, какие результаты поиска являются оплаченной рекламой, чтобы потребители могли различать, какие товары — объективные результаты поиска, а какие — результат оплаченных рекламных объявлений.
- Веб-сайты должны четко раскрывать деловые связи, включая оплаченные спонсорами ссылки на другие веб-сайты. Например, веб-сайт, отсылающий посетителя на другой веб-сайт для покупки той или иной книги, должен четко раскрывать все финансовые отношения, существующие между этими двумя сайтами.
- Веб-сайты должны указывать своих спонсоров. Политика спонсорства каждого сайта должна быть четко изложена в соответствующем тексте или на странице «О нас».

Работа с клиентами:

- Веб-сайты, занимающиеся заключением коммерческих сделок с потребителями, должны четко раскрывать соответствующие финансовые отношения с другими сайтами, особенно когда эти отношения влияют на стоимость товаров и услуг, предлагаемых потребителям.
- Веб-сайты должны четко указывать все взимаемые ими виды и формы оплаты, включая оплату за обслуживание, финансовые операции

и обработку заказа, а также расходы на пересылку товаров. Эта информация должна быть сообщена прежде, чем начнется процедура оформления покупки.

- Веб-сайты должны четко излагать и приводить в исполнение правила возвращения товаров или аннулирования сделок или бронирования.

Исправления:

- Веб-сайты должны добросовестно стремиться исправлять ложную, вводящую в заблуждение и неверную информацию.
- Веб-сайты должны наглядно демонстрировать страницу или раздел сайта, где исправляется или разъясняется неверная информация.
- Веб-сайты должны стремиться указывать дату опубликования информации о товаре в тех случаях, когда неупоминание такой даты могло бы ввести потребителей в заблуждение.
- Веб-сайты должны четко изложить права потребителей в случае, если покупка совершается на основании неверной информации, размещенной на сайте.

Неприкосновенность частной жизни:

- Правила сайта о неприкосновенности частной жизни должны быть изложены четким и простым языком и расположены на видном месте.
- Веб-сайты должны четко указывать, как будут использоваться идентификационные данные посетителей сайта и его клиентов. К идентификационным данным личности относятся имя и фамилия, адрес, номер телефона и номер кредитной карточки.
- Веб-сайты должны сообщать, используют ли они встраиваемые в браузер механизмы слежения, такие как «куки», и другие технологии, такие как веб-маяки, баги и роботы.
- Веб-сайты должны объяснять, как будут использоваться собранные ими данные.
- Веб-сайты должны уведомлять клиентов об изменениях своих правил о неприкосновенности частной жизни и предоставлять простые альтернативы для потребителей, которые больше не хотят пользоваться услугами сайта.



Будущее уже наступило

Джефф Гралник

Бурное развитие медиа и технологий, наблюдавшееся в течение последнего десятилетия, не стихает. Очередная волна инноваций коснется электронных устройств размером с ладонь. Технология передачи видео через сотовые телефоны представляет собой новейший скачок в развитии информационных технологий и способна всколыхнуть общество самым непредсказуемым образом.

Джефф Гралник — ветеран традиционных и электронных новостных программ, профессор факультета журналистики Колумбийского университета, консультант «Эн-би-си ньюс» по вопросам Интернета и новым медиа-технологиям.

Фотомонтаж: Вездесущий сотовый телефон уже оказал значительное влияние на повседневную жизнь, а телефоны третьего поколения (3G) начинают осваивать новые направления. (Все фотографии AP/WIDE)

Движущей силой развития Интернета как индустрии является поиск и открытие «чего-то нового», что в очередной раз производит новый технологический скачок. Бурное развитие технологий скоростной передачи данных на мобильные устройства и от них в сочетании с новыми технологиями в области телефонии подарило нам сотовые телефоны, способные принимать и передавать изображения. А это может породить новый бизнес и изменить облик современного мира.

Вы хотите знать, какое будущее ждет видео на сотовом телефоне? Взгляните на прогнозы:

- К 2010 году общее число новых сотовых телефонов достигнет чуть более 1 млрд. шт., причем 87% из них будут способны воспроизводить видео¹.
- К 2010 году сотовыми телефонами будет передаваться 228 млрд. изображений (неподвижных и движущихся). Это больше, чем количество изображений, передаваемых всеми другими устройствами, вместе взятыми².
- К 2009 году только в одном Китае будет насчитываться 116 млн. сотовых видео телефонов³.
- К 2008 году 125 млн. чел. будут смотреть прямые теле-трансляции на экранах своих сотовых телефонов⁴.
- Объем потребления видео на ноутбуках и персональных компьютерах вырос от 900 тыс. потоков и загрузок в 2000 году до 14,2 млрд. в 2004 году. Ожидается, что в

ближайшие два года эта цифра удвоится⁵.

И это только начало. Сотовые телефоны третьего поколения (3G) еще только начинают появляться и распространяться по всему миру в направлении с Востока на Запад — из Японии и Кореи. Эти страны первыми внедрили у себя сети 3G, потому что высокоскоростная передача данных через мобильные устройства была признана там ключом к будущему коммуникационных технологий. Не случайно поэтому, что ведущий корейский оператор мобильной связи Кореи — компания «Эс-Кей телеком» — выбрала своим девизом фразу «Broadband in your hand» — «Широкополосная связь — у вас на ладони».

В Корее, кажется, пользователи уже сейчас готовы выбросить свои относительно новые и дорогие телефоны второго поколения (2G) и приобрести телефоны 3G: только за первый квартал 2005 года 74% абонентов в этой стране перешли с 2G на 3G.

Если в Азии и Европе телефоны 3G в настоящее время считаются «новинкой», которая уже в ходу, то в Северной Америке они только-только начинают появляться. Там процесс создания высокоскоростных беспроводных сетей идет медленно и сейчас находится лишь на самом начальном этапе.

Отдельные примеры — фактические цифры замалчиваются по «причинам, связанным с конкуренцией» — свидетельствуют о том, что объем потребления видео на сотовых телефонах является «высоким», хотя количество телефонов с поддержкой видео, находящихся в эксплуатации в США, едва преодолело отметку в 1 млн. шт. Сравните эту цифру с приведенными выше цифрами по Китаю или с 76 млн. телефонов с поддержкой видео, которые, по некоторым данным, используются абонентами в Индии, и вы поймете, какую дистанцию США еще предстоит пройти в этой области.

Таким образом, наблюдается дальнейший бурный рост числа пользователей, имеющих беспроводный доступ к новостям, информации и играм, не имеющих, на мой взгляд, аналогов с того момента, когда небольшая японская компания под названием «Токио цусин когьо лтд.» представила в 1954 году первый в мире транзисторный радиоприемник. Что, вам это название не знакомо? Неудивительно, ведь сегодня эта компания называется «Сони».

Массовое внедрение транзисторных радиоприемников привело к тому, что мир оказался очень близко — радиоприемник помещался в карман рубашки или

дамскую сумочку. Таким образом, повсюду, где бы ни находились люди, они могли иметь доступ к новостям и всевозможным развлечениям. Теперь человек постоянно был в контакте со всем миром. Так называемый «портативный радиоприемник» послужил толчком к появлению радио, которое передает все время только новости, которые постоянно обновляются, и сделал музыкальные передачи типа «40 хитов», в которых можно услышать самые популярные мелодии, частью повседневной культуры.

То, что транзисторный радиоприемник в свое время сделал для развития аудио, сотовый телефон сейчас делает для развития видео в качестве как «третьего экрана» для просмотра изображений, так и механизма пересылки видеоматериалов на другие «третьи экраны».

А это навсегда — да-да, навсегда — изменит способ общения в глобальных обществах.

Вот лишь некоторые из тех событий, которые уже произошли или запланированы:

— Сотовые телефоны уже сейчас способны показывать видеонюжноти. Два года назад компания «Ай-ти-эн» в Лондоне во всеулышанье объявила о том, что она обошла своих конкурентов, первой выпустив в эфир видеозапись одного из пожаров в Лондоне, сделанную с помощью сотового телефона. Аналогичным образом в Чикаго в 2005 году компания «Дабл-ю-би-би-эм» «взорвала» новостной эфир кадрами еще одного пожара, также снятыми посредством сотового телефона. И это лишь начало становления новой индустрии освещения новостей с помощью сотовых телефонов.

• Кабельные информационные сети, такие как «Си-эн-би-си»,

«Эм-эс-эн-би-си» и «Фокс», уже транслируют свои программы на сотовые телефоны абонентов на территории США. Следующий шаг — прямые репортажи с помощью сотовых телефонов.

• А как насчет других — ненюжнотных — областей? На конференции по новым средствам массовой информации и беспроводной связи в Медиа-центре Лос-Анджелеса в мае 2005 года вице-президент по мобильной связи компании «Ньюскорпс» Люси Худ набросала краткосрочные планы развития пяти телеканалов для сотовых телефонов, которые будут включать новости, спорт и развлечения.

Фотомонтаж: Не так давно камерофон был диковиной. Сегодня сотовые телефоны способны показывать потоковое видео и управлять компьютерами на расстоянии, а устройства для кинофильмов и видеоигр умещаются на ладони. (Все фотографии AP/WWP)



- Также в феврале 2006 года возглавляемая Ричардом Брансоном компания «Веджин мобайл» объявила на конференции по 3G в Барселоне о том, что планирует начать продажу телефонов, позволяющих принимать телевизионные программы компании «Би-ти груп» всего одним нажатием кнопки.

Все это, вместе взятое, служит предзнаменованием грядущих изменений. Один очень умный человек, с которым я некогда вместе работал, когда ощущал признаки возникновения новых тенденций или событий, заслуживающих внимания, говорил так: «На горизонте виднеется облако, которое кажется размером не больше, чем с руку». Но оно лишь кажется таким маленьким — посмотрим, каким огромным оно будет, когда доберется сюда. Именно это сейчас и происходит с видео на сотовых телефонах — приближается облако, готовое «взорвать» всю сложившуюся систему коммуникаций. На что будет похож наш мир, когда это произойдет? Вот мнения ряда экспертов:

На той же самой конференции в Барселоне, на которой компания «Веджин мобайл» объявила о своих планах, главный исполнительный директор компании «Ти-мобайл» Рене Оберманн предсказал, что «мобильный телефон будет постепенно становиться главным персональным средством доступа в Интернет».

Сри Сринивасану, который возглавляет кафедру новых медиа на факультете журналистики Колумбийского университета, и который снискал себе большое уважение своими регулярными комментариями в Интернете, будущее мира видится как «волнующим и в то же время пугающим», ведь люди будут иметь доступ к «видеорепортажам о таких вещах, с которыми мы раньше были слабо знакомы или вообще незнакомы». В качестве примера он приводит ужасное падение в Париже авиалайнера «Конкорд» в 2000 году. «Вместо пары «зернистых» фотографий мы получим видеозаписи высокого разрешения от... сотен или миллионов людей..., готовых выхватывать свои камеры и снимать каждое происходящее событие». Это мир «мгновенных репортажей», передаваемых гражданами-журналистами, которые вооружены всего лишь сотовыми телефонами.

Такая перспектива поистине захватывает дух, но Сринивасан также указывает и на обратную сторону этой «медали». В качестве примера он приводит веб-сайт <http://www.hollabacknyc.blogspot.com>, «где уличные хулиганы выкладывают фотографии о своих «подвигах». «Вообразите себе, — говорит он, — как может отреагировать каждый обиженный человек на оскорбление, проявление агрессии и угрозу с помощью такого телефона».

Стоит задуматься

По прогнозам директора Центра интегрированных медиа-систем Южнокалифорнийского университета Адама Клейтона Пауэлла, в будущем сотовые телефоны будут предоставлять возможность по-настоящему интегрированных коммуникаций.

«Ясно, — сказал он, — что люди хотят смотреть видео везде, где бы они ни находились. И через несколько лет мгновенная передача видеосообщений, без сомнения, будет мирно уживаться на сотовых телефонах с такими программами, как «Эн-би-си найтли ньюс», и люди будут переключаться туда-сюда между трансляциями и мгновенной передачей видеосообщений, обсуждая с друзьями новости и дикторов». Он задается вопросом о том, «будут ли в этом новом интегрированном мире таких пользователей по-прежнему называть «зрителями», а программы, которые они смотрят, — «телевидением».

Как быстро это происходит и откуда известно, что это происходит?

Рубен Абрахам, аспирант Колумбийского университета в Нью-Йорке, который работал в Институте телеинформации при этом университете, убежден в том, что нашел ответ на этот вопрос, когда проводил научные исследования в Индии. «Я наблюдал, как рыбаки, возвратившись на берег после целого дня, проведенного в океане, смотрели видео и новости на своих сотовых телефонах. Поэтому, если это уже происходит там, где этого меньше всего можно было бы ожидать, ты понимаешь, что скоро все взорвется», — сказал он.

Думаю, Рубен Абрахам также увидел самый важный побочный продукт этой новой технологии — мгновенное превращение всего мира сразу в одну «большую деревню». Когда заключаются контракты на создание высокоскоростных сетей 3G по всей Африке, включая такую закрытую страну, как Ливия, и когда бедные и малограмотные рыбаки на берегу Индийского океана пользуются мобильными телефонами и видят на своих экранах весь мир, несомненно, происходит нечто удивительное.

Возможно, «технари», разработавшие сотовые технологии 3G, не ставили перед собой задачи содействовать развитию глобальных коммуникаций и укреплению взаимопонимания, но именно эти «непреднамеренные последствия» делают все эти инновации такими замечательными.

1. InfoTrends, January 2006
2. InfoTrends, January 2006
3. W2Fpri, Research, April 6, 2005
4. MediaCenter Conference, May, 2005
5. AccuStream imedia Research, 2005

Мнения, высказываемые в этой статье, не обязательно отражают точку зрения или политику правительства США.



ВИДЕОБЛОГИ В ИНТЕРНЕТЕ

В видео «Семья» Майкл Макинти рассказывает о своей жизни и своем отце, демонстрируя, насколько важно для человека знать историю своей семьи. Этот фрагмент взят с сайта видеоблогов Зарисовки из Миннесоты [<http://mmstories.com>], где посетителей приглашают поделиться с виртуальной аудиторией рассказами о своей жизни. Эти «постоянно меняющиеся видео-биографии — продукт местных общественных СМИ». Используется с разрешения. <http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0306/ijge/ijge0306.htm>

Библиография

Что еще почитать о новейших медиа

Aabo, Svanhild. «The Role and Value of Public Libraries in the Age of Digital Technologies.» *Journal of Librarianship and Information Science*, vol. 37, no. 4 (2005): pp. 205-211.

«Attorney General Tags Internet Crime as New Frontier for Law Enforcement.» *Crime Control Digest*, vol. 39, no. 39 (September 2005): pp. 1-2.

Balas, Janet L. «The Social Ties that Bind.» *Computers in Libraries*, vol. 26, no. 2 (February 2006): pp. 39-41.

Banister, Jim. *Word of Mouse: the New Age of Networked Media*. Evanston, IL: Agate Publishing, 2004.

Berinstein, Paula. «Black and White and Dead All Over: Are Newspapers Headed 6 Feet Under?» *Searcher*, vol. 13, no. 10 (November/December 2005): pp. 46-53.

Bricker, David. «Cyberinsecurity.» *Research & Creative Activity*, vol. 28, no. 1 (Fall 2005): pp. 152-156. <http://www.indiana.edu/~rcapub/v28n1/insecure.shtml>

Browne, Donald. *Ethnic Minorities, Electronic Media, and the Public Sphere*. Cresskill, NJ: Hampton Press, 2005.

«Citizen Journalism.» *Nieman Reports*, vol. 59, no. 4 (Winter 2005): pp. 4-34. <http://www.nieman.harvard.edu/reports/05-4NRwinter/05-4NFwinter.pdf>

Cohen, Steven M. «The Importance of Local News.» *Public Libraries*, vol. 44, no. 6 (November/December 2005): pp. 332+.

Crumlish, Christian. *The Power of Many: How the Living Web Is Transforming Politics, Business and Everyday Life*. Alameda, CA: Sybex, 2004.

Denning, Peter, et al. «Wikipedia Risks.» *Communications of the ACM (Association for Computing Machinery)*, vol. 48, no. 12 (December 2005): p. 152.

Edmonds, Rick. «As Blogs and Citizen Journalism Grow, Where's the News?» *Poynter Online* (November 14, 2005). http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=91391

Finneran, Kevin. «To Blog, or Not to Blog.» *Issues in Science and Technology*, vol. 22, no. 2 (Winter 2006): pp. 23-24.

Foust, James C. *Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web*. Scottsdale, AZ: Holcomb Hathaway, 2005.

Fox, Susannah, Janna Quitney Anderson and Lee Rainie. *The Future of the Internet*. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project, 2005. http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Future_of_Internet.pdf

Giles, Jim. «Internet Encyclopedias Go Head to Head.» *Nature*, vol. 438, no. 7070 (December 15, 2005): pp. 900-901.

Gillmor, Dan. *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, CA: O'Reilly, 2004.

Hane, Paula J. «The Latest on Libraries, Search Engines and More.» *Information Today*, vol. 23, no. 1 (January 2006): pp. 7-12.

Hewitt, Hugh. *Blog: Understanding the Information Reformation That's Changing Your World*. Nokomis, FL: Nelson Business, 2005.

Jost, Kenneth. «Future of Newspapers: Will Print Papers Survive in an Online World?» *CQ Researcher*, vol. 16, no. 3 (January 20, 2006): pp. 49-72.

Keenan, Thomas W. and Wendy Hui Kyong Chun (eds.) *New Media, Old Media: A History and Theory Reader*. New York, NY: Routledge, 2005.

Krebs, Brian and Ben Chertoff. «It's 10 P.M. Do You Know Where Your Identity Is?» *Popular Mechanics*, vol. 183, no. 2 (February 2006): pp. 54-60.

Langfitt, Frank. «Papers Turn to Podcasting, the Newest of Media.» *All Things Considered* (June 2, 2005).

<http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=4673646>

Lenhart, Amanda and Mary Madden. *Teen Content Creators and Consumers*. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project, 2005.

http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teens_Content_Creation.pdf

Lum, Lydia. «The Rise of Blog Nation.» *Black Issues in Higher Education*, vol. 22, no. 12 (July 28, 2005): pp. 20-22.

Merina, Victor. «The Internet: Continuing the Legacy of Storytelling.» *Nieman Reports*, vol. 59, no. 3 (Fall 2005): pp. 32-34.

Mermigas, Diane. «Eyeing the Economics of On-Demand Media.» *Hollywood Reporter*, vol. 392 (December 20-26, 2005): pp. 8+.

Notess, Greg R. «Casting the Net: Podcasting and Screencasting.» *Online*, vol. 29, no. 6 (November/December 2005): pp. 43-45.

Palser, Barb. «Journalism's Backseat Drivers.» *American Journalism Review*, vol. 27, no. 4 (August/September 2005): pp. 42-51.

Project for Excellence in Journalism. *The State of the News Media 2005*. New York, NY: Columbia University Graduate School of Journalism, 2006.
<http://www.stateofthemedial.org/2005/index.asp>

Quint, Barbara. «Semiprivate Virtual Libraries: A Coming Thing?» *Information Today*, vol. 23, no. 1 (January 2006): pp. 7-8.

Robertson, Lori. «Adding a Price Tag.» *American Journalism Review*, vol. 27, no. 6 (December 2005/January 2006): pp. 52-57.

Stahmer, Tim. «Think Outside the Blog.» *Technology & Learning*, vol. 26, no. 6 (January 2006): pp. 28-30.

Sutherland, Benjamin. «The People's Encyclopedia: As Wikipedia Grows into a Mainstream Internet Brand, Will It Be Able to Keep Its Volunteers in Line?» *Newsweek International* (January 9, 2006).
<http://msnbc.msn.com/id/10682396/site/newsweek/>

Young, Cathy. «Smears in Cyberspace.» *Reason*, vol. 37, no. 9 (February 2006): pp. 19-20.

Государственный департамент США не несет ответственности за содержание и доступность ресурсов других агентств и организаций, упомянутых выше. Все ссылки на ресурсы Интернета приводятся по состоянию на март 2006 года.

В данную библиографию включены не все из доступных на данный момент публикаций.

Ресурсы Интернета

Ресурсы Интернета, посвященные новейшим медиа

Американская библиотечная ассоциация
<http://www.ala.org>

Американский институт прессы
<http://www.americanpressinstitute.org/>

Американское общество редакторов газет
<http://www.asne.org/>

Беркмановский центр по вопросам Интернета и общества на юридическом факультете Гарвардского университета
<http://cyber.law.harvard.edu/home/>

«Фонд электронных рубежей»
<http://www.eff.org/>

«ФедНет»
<http://www.fednet.net>

Проект «Книжная библиотека» компании «Google»
<http://books.google.com/googlebooks/library.html>

Международная федерация библиотечных ассоциаций и учреждений
<http://www.ifla.org/>

Центр рассмотрения жалоб на противозаконные действия в Интернете
<http://www.ic3.gov/>

«Интернет2» (Internet2)
<http://www.internet2.edu/>

Библиотека Конгресса приступает к созданию Всемирной цифровой библиотеки
<http://www.loc.gov/today/pr/2005/05-250.html>

Проект «История ветеранов» Библиотеки Конгресса
<http://www.loc.gov/vets>

Граждане-журналисты «Эм-эс-эн-би-си Ти-Ви» сообщают
<http://www.msnbc.msn.com/id/6639760/>

Национальная ассоциация работников вещания
<http://www.nab.org/>

Национальный институт машинного репортажа
<http://www.nicar.org/>

«Нэшнл нэйтв ньюс»
<http://www.nativenews.net/>

Национальная газетная ассоциация
<http://www.nna.org/>

Новые американские медиа
<http://news.newamericamedia.org/news/>

«НьюсЛэб»
<http://www.newslab.org/index.htm>

Каталог подкаст-служб «Эн-пи-ар»
http://www.npr.org/rss/podcast/podcast_directory.php

Проект «Ноутбук — каждому ребенку»
<http://laptop.org/>

Ассоциация интернет-новостей
<http://www.journalists.org>

Альянс за открытый контент
<http://www.opencontentalliance.org/>

Проект «Открытый каталог»: веб-логи
http://dmoz.org/Computers/Internet/On_the_Web/Weblogs/

Блог Ассоциации публичных библиотек
<http://www.plablog.org/>

«Пойнтер онлайн»
11 этапов становления публичной журналистики
http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126

Ассоциация директоров информационных служб радио и телевидения
<http://www.rtnda.org>

«Технорати»
<http://www.technorati.com/>

Единство: «Джурналистс ов колор, инк.»
<http://www.unityjournalists.org/index.html>

«Википедия»

http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page

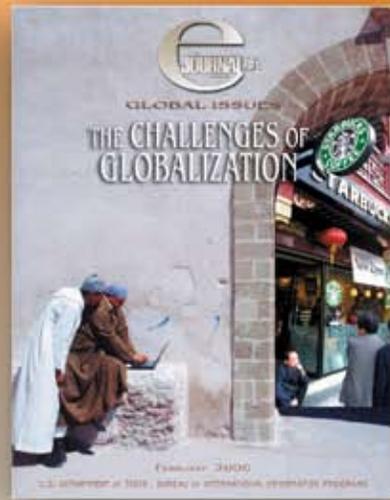
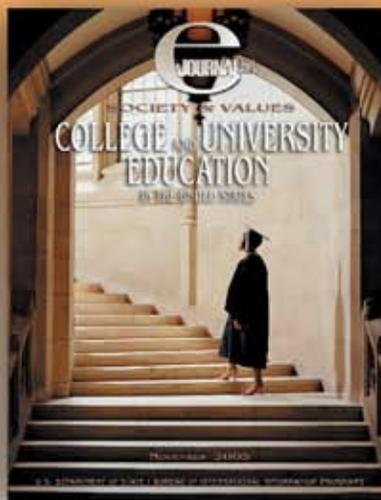
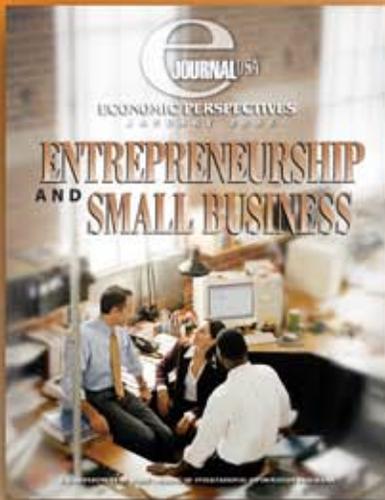
«Молодежное радио»

<http://www.youthradio.org/index.shtml>

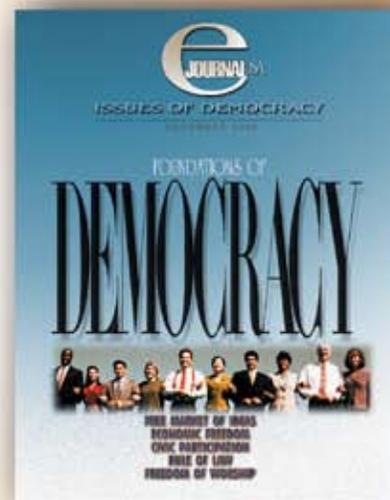
«Молодежное радио» на испанском языке

<http://www.youthradio.org/spanish/index.shtml>

Государственный департамент США не несет ответственности за содержание и доступность ресурсов других агентств и организаций, упомянутых выше. Все ссылки на ресурсы Интернета приводятся по состоянию на март 2006 года.



**A
MONTHLY
JOURNAL
OFFERED IN
MULTIPLE
LANGUAGES**



REVIEW THE FULL LISTING OF TITLES AT
<http://usinfo.state.gov/journals/journals.htm>